

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

قسم العلوم الإنسانية



كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

دلالات القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل

- دراسة تحليلية سمبولوجية لعينة من الومضات الإشهارية الخاصة بمنتوج الحليب -

مذكرة مكملّة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د. هابة طارق

إعداد الطلبة:

- سمية حافي

- سمية لباشرية

لجنة المناقشة

الأستاذ	الرتبة	الصفة	المؤسسة الأصلية
د. طارق هابة	أستاذ محاضر قسم ب	مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمّه لخضر- الوادي
د. زياد اسماعيل	أستاذ محاضر قسم ب	رئيس اللجنة	جامعة الشهيد حمّه لخضر- الوادي
أسمهان جبالي	أستاذة مساعدة أ	عضوا مناقشا	جامعة الشهيد حمّه لخضر- الوادي

السنة الجامعية : 2020/2019

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

قسم العلوم الإنسانية



كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

دلالات القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل

- دراسة تحليلية سمبولوجية لعينة من الومضات الإشهارية الخاصة بمنتوج الحليب -

مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د. هابة طارق

إعداد الطلبة:

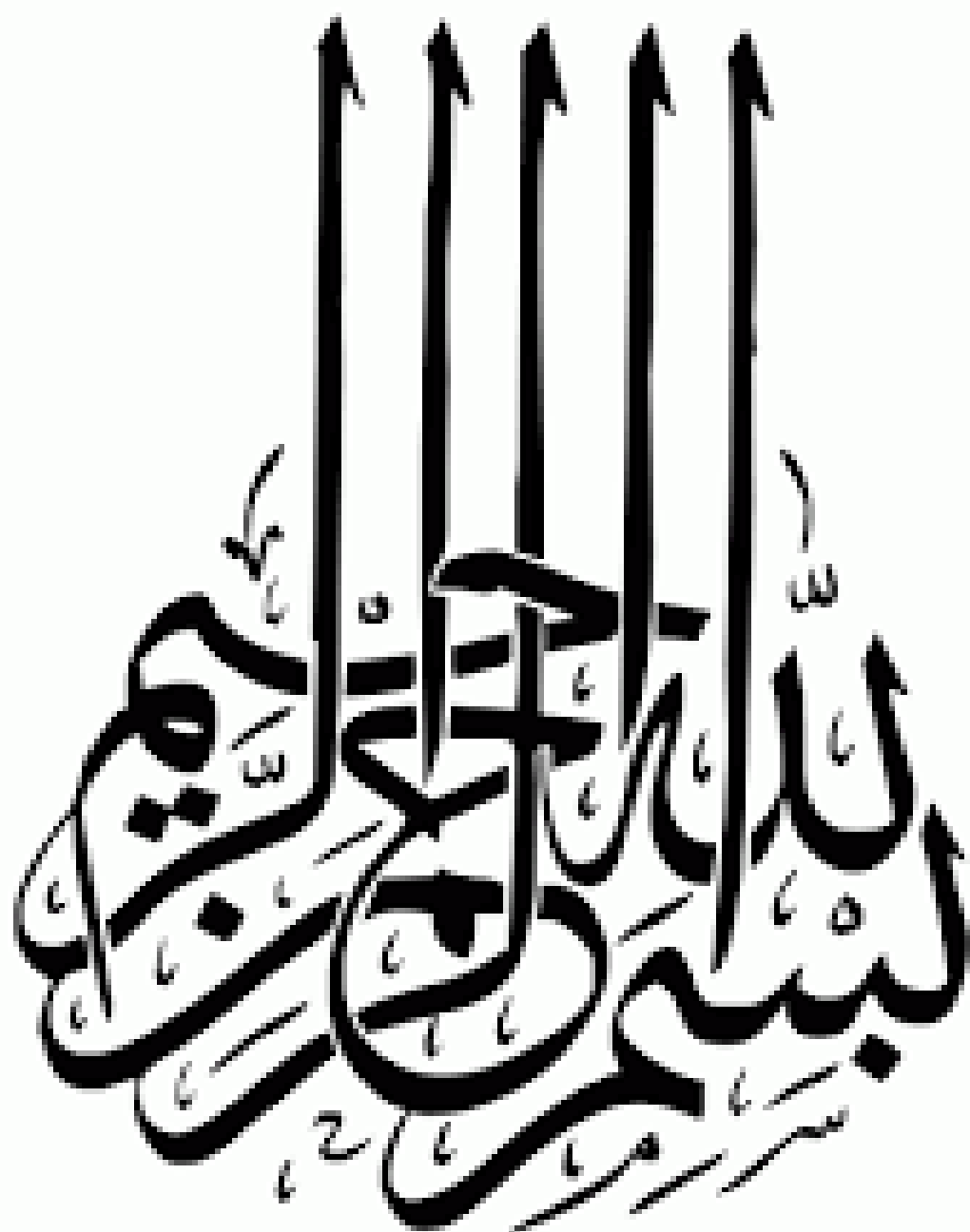
- سمية حافي

- سمية لباشرية

لجنة المناقشة

الأستاذ	الرتبة	الصفة	المؤسسة الأصلية
د. طارق هابة	أستاذ محاضر قسم ب	مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
د. زياد اسماعيل	أستاذ محاضر قسم ب	رئيس اللجنة	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
أسمهان جبالي	أستاذة مساعدة أ	عضوا مناقشا	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

السنة الجامعية : 2020/2019



شكر و التقدير

الحمد لله الذي منا علينا ووفقنا على إتمام هذا العمل بحمد الله عز وجل

وإليه ينسب الفضل كله ، كما لا يسعنا إلا وأن نخص بأسمى عبارات الشكر

والتقدير إلى الدكتور هبة طارق الذي لطالما استقبلنا بصدق ورحب ولما قدمه

لنا من جهد ونصح ومعرفة طيبة انجاز هذا العمل فلولا الله ثم وجوده لما إحساننا
بممتعة العمل وحلاوة البحث .

وجزيل الشكر إلى كل من قدم لنا يد العون من قريب أو بعيد لإتمام هذا

العمل ونخص بالذكر الدكتور زياد إسماعيل الذي لم يبخل علينا بعلمه ومعرفته.

وفي الأخير نرجو من الله تعالى أن يجعل عملنا هذا نفعا يستفيد منه جميع

الدراسيين و الباحثين .

إهداء

إلى من أفضلها على نفسي ، ولما لا فقد ضحت من أجلي ولم

تدخر جهدا في سبيل إسعادي على الدوم (أمي الحبيبة).

إلى من وضعني على طريق الحياة وراعني صاحب الوجه الطيب والأفعال

الحسنة (والدي العزيز).

لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما ولالأرقام أن تحصي فضائلهما

أدامهما الله لنا.

إلى أخوتي من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب

إلى جميع أساتذتي الكرام إلى أصدقائي أقدم لكم هذا العمل

و أتمني أن يجوز على رضاكم .

حافي سميّة

إهداء

إلى من يحمل كل معاني الكنان والعطاء ، إلى من كان دعائهما سر نجاحي
إلى من مهد لي طريق العلم (أبي وأمي) .

إلى الذين حملت دمهم ولم أحمل إسمهم والذي زوجني .

إلى زوجي الحبيب ، إلى من شجعني لأخر لحظة وتحلني وساهم
في إسعادي وتحقيق أحلامي (عبد الرؤوف) .

إلى حبيبات قلبي وضياء حياتي ومونساتي أهدي لكما هذا العمل وأتمنى لكما
حياة أحسن من حياتي (رجاء وجوري) .

ولن أنسى أختي العزيزة أسماء أشكرك ، على تضحيتك ودعمك لي طول بداية
مشاوري الدراسي ، ولن أنسى باقي إخوتي أشكركم على دعمكم وحبكم الدائم .
وإلى جميع أساتذتي المحترمين وصديقاتي .

لباشريّة سمّية

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دلالات القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، لمعرفة طبيعة القيم الأسرية المستخدمة ومدى تمثيلها لصورة المستهلك الجزائري (الطفل) وخصوصية الأسرة الجزائرية، في الإشهارات التي تعرض على القنوات الجزائرية الخاصة، ولعينة من الومضات الخاصة بمنتوج الحليب. لهذا فقد إعتمدنا على المنهج السميولوجي ممثلاً بأداة التحليل، وهي مقارنة رولان بارث التي تتضمن ثلاث مستويات في التحليل المستوى التعييني والمستوى التضميني و الألسني. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تنوع في الشخصيات البارزة في الإشهارات، خاصةً من الناحية الفيزيائية " السن و لون البشرة.."، والتركيز على سمة الجمال و الاهتمام بالمظهر العصري في اختيار الملابس وحركات.. إلخ .

- اعتماد المصممي الإشهارات التلفزيونية الموجه للطفل، على قالب الحديث المباشر وقالب الفيديو كليب .

- نستنتج أن هوية المنتج تفوقت على القيم الإجتماعية والثقافية للطفل الجزائري في الومضات محل الدراسة، بإستثناء ومضة حليب صومام التي إستطاعت عكس صورة ذات الطفل الجزائري من خلال توظيف بعض الخصائص الإجتماعية والثقافية.

- عكست الومضات محل الدراسة القيم الغربية وذلك من خلال توظيف قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري، باستثناء ومضة حليب صومام تمكنت من إعادة إنتاج واقع القيم الأسرية الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: الدلالة، الإشهار التلفزيوني، الطفل، القيم الأسرية.

Résumé de l'étude :

Cette étude a pour objectifs de déceler les significations des valeurs familiales dans la publicité télévisuelle pour enfant, de comprendre la nature de ces valeurs et de montrer à quel point elles représenteraient les caractéristiques spécifiques de la famille algérienne .

Pour ce faire, nous avons adopté l'approche sémiologique initiée par **R. Barthes** qui comprend un niveau d'analyse de nomination, un niveau d'inchision et un niveau de langue.

Au terme de cette étude nous pouvons conclure , entre autres ;

- Une diversité de personnalités d'ordre physique (âge , et couleur de peau...), en concentrant l'intérêt sur l'attrait de la beauté et sur l'aspect moderne dans le choix des vêtements et des mouvements ,etc .

- Les concepteurs s'appuient sur le modèle du discours direct et le vidéo-clip .

- L'identité du produit dépasse de loin les valeurs socio-culturelles de l'enfant algérien à l'exception de la marque soummam qui a su se démarquer des autres .

- les flashes étudiés reflètent les valeurs occidentales , sauf toujours ceux de la soummam qui semblent reproduire la réalité des valeurs familiales algériennes.

Mots clés: sémantique, publicité télévisée, enfant, valeurs familiales.

خطة الدراسة :

مقدمة عامة :

- الإشكالية.
- التساؤلات الفرعية.
- أسباب إختيار الموضوع.
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- حدود الدراسة.
- الأطر المرجعية.

الفصل الأول : الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة .

المبحث الأول : الأدبيات النظرية للدراسة .

المطلب الأول : القيم الأسرية .

المطلب الثاني : الإشهار التلفزيوني والطفل.

المطلب الثالث : علاقة الطفل بالقيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية.

المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية للدراسة .

المطلب الأول : الإستراتيجيات العامة: سوق الأطفال، دراسة ميدانية.

المطلب الثاني : الإشهار والطفل دراسة تحليلية للأنماط الإتصالية داخل الأسرة، من خلال

الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الإستهلاكي .

المطلب الثالث :الإعلان التلفزيوني وقيم الأسرة الجزائرية دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات

التلفزيونية لقناة الشروق TV.

الفصل الثاني: التحليل السميولوجي للإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل الخاصة بمنتوج

الحليب.

المبحث الأول : طريقة وأدوات الدراسة.

المطلب الأول : مجتمع البحث وعينته.

المطلب الثاني : أدوات الدراسة.

المبحث الثاني : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة.

المطلب الأول : التحليل السميولوجي للدراسة.

المطلب الثاني : مناقشة نتائج الدراسة.

الخاتمة.

قائمة المصادر والمراجع.

الملاحق.

مقدمة عامة

مقدمة:

يعد التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشارا وشعبية، إذ يتميز بقدرته الفائقة على جذب الكبار والأطفال خاصة حول شاشته، فهم من أكثر الفئات العمرية إهتماما بمشاهدته حتى وجد فيه الباحثون بيئة التعلم الأكثر إنتشارا وثباتا، ومصدرا من المصادر المنتجة للقيم والموجه لسلوك الطفل، وتحديد معالم ثقافته والتأثير في شخصيته، حتى بات ينافس الأسرة في أداء وظائفها التربوية، من حيث كونه وسيلة تملك عناصر جذب لمضامينها، ومن حيث كون هذه المضامين ذات أبعاد قيمية وإيديولوجية ومن بين هذه المضامين نجد الإشهار.

فالإشهار هو رسالة من المنتج إلى المستهلك عبر وسيط سمعي بصري، تحتوي على عدة دلالات متعددة التداخل يعد أبرزها قيمة الإستهلاك كسلوك يحفز عليه الإشهار، إذ لا يهدف إلى خلق الرغبات بقدر ما يهدف إلى تغيير العادات، وهذا يدل على الوظيفة الخفية للإشهار فهو يساهم في إدخال نظام من القيم محل القيم التقليدية موظفا سلوك اتصالي يتطابق مع هذه القيم ، زد على ذلك الوظيفة الإجتماعية التي يقوم بها من خلال بناء قيم رمزية جديدة مشتركة بين الجماعات البشرية.¹

وما يزيد الموضوع أهمية أن الإشهارات التلفزيونية، من خلال تغلغلها في ثنايا المواد الإعلامية إستطاعت الوصول إلى كافة أفراد الأسرة، وخصوصا الطفل الذي إستحوذت على إنتباهه من خلال الإثارة والمتعة، إضافة إلى الخصائص البصرية للمنتج، والتقديم البناء لتمثيل العلاقات بينه وبين أسرته، أو محيطه، الأشياء، الأفعال، اللغة، اللباس التي تعبر عن رموز لها معاني ودلالات وتنظيم للعلاقات وتعبر عن المشاعر.

إن الصورة الإشهارية من خلال توظيفها الرمزية، تشارك بفاعلية في تقديم عالم للطفل يحاكي ما يعيشه، في الواقع وبطريقة جمالية تجعله يعيش لحظات حميمية يشارك فيها سواء بطريقة شعورية، أو غير شعورية، وبالتالي يقنعه بطريقة غير مباشرة بجدوى وأهمية ما يشاهده.

1- ديفيد فيكتوروف ، تر : سعيد بنكراد ، الإشهار والصورة - صورة الإشهار - ، منشورات الاختلاف ، ط1 ، الجزائر، د. ت ، ص37.

ولعل ما يثيرنا هو تلك العلاقة بين المنتوجات المعروضة وبين القيم الأسرية، ثم تفاعل هذين العنصرين داخل نوعية من الفضاءات للعرض والتداول يتم إختيارها بعناية فائقة، حيث تقدم الوصلات الإشهارية صورا عن عدد من المنتوجات الخاصة بالأطفال، كالحلويات الحفاضات، الألعاب، الحليب... إلخ تتولى تقديمها أمهات وآباء وأطفال، من مختلف الأعمار وذلك وفق مؤسسة الأسرة الجزائرية و القيم المتداولة بينهم، والتي يمثل إليها الطفل خلال حياته اليومية كالحوار الأسري، وعلاقته بالوالدين والأشغال المنزلية، والتعاون... إلخ .

إذ تستلزم الوصلات الإشهارية الموجهة لطفل إقناعه، وبالتالي إقناع الأسرة مركزين على القيم الأسرية في تقديم المنتوجات، الأمر الذي جعل الطفل الجزائري يتلقى قيم من خلال بيئة جديدة بعيدة عن البيئة التي يعيش في كنفها، وهذا ما يؤدي إلى إنعكاسها على ما يحمله من قيم واتجاهات، وميول نحو القضايا والمواقف الأسرية .

ويضعنا هذا إزاء وظائف خفية يؤديها الإشهار، كل هذه المتغيرات جعلتنا نتوجه في البحث لتحليل سيميولوجي لبعض الومضات عبر مستوياتها التقريرية والإيحائية، بهدف الكشف عن أبعاد القيم ودلالاتها التي تتسرب داخل الرسائل الإشهارية الموجهة لطفل .

ولهذا حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي :

ما هي دلالات القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة لطفل، عبر الومضات التالية حليب milkospry ، وحليب dadilait ، وحليب soumam ، وحليب lovely ؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما طبيعة الشخصيات التي مثلت وقدمت المنتج، في ومضات عينة الدراسة ؟
- 2- ما هي القوالب الفنية المستخدمة لتقديم القيم الأسرية، لومضات عينة الدراسة ؟
- 3- هل ساهمت دلالات القيم الأسرية لومضات عينة الدراسة، في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج مع القيم الإجتماعية والثقافية للطفل ؟
- 4- هل عكست ومضات عينة الدراسة القيم الأسرية الجزائرية أم القيم الغربية ؟

أسباب إختيار الموضوع :

- الأسباب الذاتية :

- 1- المعاشية اليومية للمظاهر السلوكية التي يقوم بها الطفل عند تعرضه للإشهار، من خلال ترديده الأغاني المصاحبة للإشهار وإنبهاره بها.
- 2- تركيز مصممي الإشهارات على إستخدام السيناريو الذي يعتمد على الأسرة بشكل ملفت للإنتباه الأمر الذي جعلنا نتساءل، عن أهم دلالات التي تحملها الإشهارات الموجهة لطفل.
- 3- تعدد الإشهارات التلفزيونية و كثرتها خاصة المتعلقة بالطفل.
- 4- إهتمامنا بالتحليل السميولوجي الذي يساعدنا في الكشف عن دلالة و معاني القيم الأسرية، في مجال هذه الدراسة ورغبة منا في التحكم أكثر في المنهج السميولوجي.

الأسباب الموضوعية :

- 1- الخطر الذي يهدد التنشئة الإجتماعية في المجتمع الجزائري نتيجة الغزو الثقافي الذي يتعرض له الأطفال، من خلال وسائل الإعلام المختلفة و خاصة التلفزيون حيث يقوم بتشويه العديد من القيم التي إكتسبها الأطفال، إضافة إلى تعليمهم العديد من القيم الأخرى الدخيلة على ثقافتهم.
- 2- كثافة الإشهارات على القنوات الفضائية التلفزيونية، حيث أصبحت تحتل جزءا زمنيا لا يستهان به بالمقارنة مع حجم البرامج الأخرى، إضافة إلى طول المدة التي يقضيها الأطفال أمام شاشة التلفزيون.
- 3- تأثر الطفل الشديد بما يعرض من الإشهارات و محاكاة أبطال بتقليدهم والتعلق الشديد و الإنبهار بهذه الإشهارات، مع الإصرار على إقتناء السلع المعلن عنها.
- 4- نقص في مجال الدراسات المتعلقة بالإشهار والطفل خاصة في المجال السميولوجي، والتي تهدف إلى الكشف عن الآليات المعتمدة في الرسائل الإشهارية.

أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على طبيعة الشخصيات التي مثلت وقدمت المنتج، في ومضات عينة الدراسة.
- 2- إبراز القوالب الفنية المستخدمة لتقديم القيم الأسرية، لومضات عينة الدراسة .
- 3- محاولة التعرف على مدى مساهمة دلالات القيم الأسرية في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج، مع القيم الإجتماعية والثقافية للطفل لومضات عينة الدراسة.
- 4- محاولة التعرف على تمثيل الومضات للقيم الأسرية الجزائرية أم القيم الغربية، لومضات

عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في تناول موضوع مهم و هو الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل كمحرك للإستهلاك داخل الأسرة، وذلك عن طريق تحديد علاقة القيم الأسرية بالطفل في الإشهارات التلفزيونية، ناهيك عن أهمية هذا الموضوع وعلاقته بالتنشئة الإجتماعية للطفل فالأسرة كمؤسسة إجتماعية حاملة للقيم، ومنتجة للقيم تواجه في العصر الحالي مصادرا أخرى مؤثرة على عملية تنشئة الطفل، فعلاقة الطفل بالتلفزيون أكدتها العديد من البحوث ومن المؤكد أن أي تغيير يمس البنية وظيفية الأسرة فإنه سيؤثر على نسق القيم المرتبطة بها .

وكذلك نلمس أهمية هذه الدراسة في أن معظم الدراسات تتجه نحو دراسة تأثير الإشهار على سلوك الطفل، ولكن هذه الدراسة تتجه نحو إتجاه آخر وهو محاولة معرفة كيف يستثير الإشهار الأطفال، بإستظهار القيم والعلاقات الأسرية الموجودة في حياتهم بالإضافة إلى الصوت والصورة والأشكال، والخطوط، والألوان ... إلخ، وهي في مجملها حقل غني بالدلالات والمعاني الواضحة و المبطنة، التي تحتاج إلى من يسلط الضوء عليها ومناقشتها و يكتشف معانيها الظاهرة و الكامنة، وذلك عن طريق إستخدام التحليل السميولوجي للإشهار .

حدود الدراسة :

- حدود الموضوع : تطبق هذه الدراسة على موضوع دلالة القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل، من خلال الاستعانة بالتحليل السميولوجي لأنه الأنسب ويمكننا من الكشف عن المعاني الظاهرة والخفية في المضمون الإشهاري الموجه للطفل، ومعرفة الآليات التي يعتمدها مصمموا الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل، من خلال تركيزهم على القيم الأسرية المتداولة داخل الأسرة الجزائرية، ومدى مطابقتها مع خصوصية قيم الأسرة الجزائرية والمحيط الذي يعيش فيه الطفل، وما إذا كان المعلن الجزائري مهتم بإبراز صورة الأسرة الجزائرية .

الأطر المرجعية :

تعتبر المراجع مهمة لأنها أوعية تضم أهم المعلومات والمعارف، التي يحتاجها الباحث لإثراء بحثه العلمي، ومن بين أهم المراجع التي ساهمت في الإجابة على العديد من التساؤلات، هي: فاييزة يخلف: سيميائيات الخطاب والصورة، و أيضا كتاب سلوى السيد عبد القادر و محمد عباس إبراهيم: الأنثروبولوجيا والقيم، هدى محمود ناشف: الأسرة و تربية الطفل. أما الكتب المتعلقة بالإشهار من أهم الكتب: منى الحديدي: الإعلان، ستيفن جيه كرش: الإعلام و النشء تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو، جوديث فان إقرأ : التلفزيون ونمو، ديفيد فيكتروف تر: سعيد بنكراد: الإشهار و الصورة. ومن بين المواقع المهمة التي ساهمت في إثراء البحث بأهم الدراسات التي لها علاقة بالدراسة: المنصة الالكترونية لنشر المجلات العلمية ، أنظر الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en>

بالإضافة إلى بوابة البحوث، أنظر الموقع : <https://www.researchgate.net>

الفصل الأول :

الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

تمهيد :

لقد أكدت العديد من الدراسات، على تراجع دور الأسرة في نقل القيم بتعاضد مكانه التلفزيون بالنسبة للطفل، ولعل من بين المواد التي تطرح نجد الإشهار، و الواقع أن الطفل و الإشهار في تناغم وتوافق لأن كلاهما يخدم ويفرح الآخر، فالثاني يقدم ومضات بطريقة مسلية جامعة بين الواقع والخيال حتى أصبح الإشهار المادة المحببة لهم، أما ما يقدمه الأول للثاني هو "مستهلك الغد " نظرا لدوره و مكانته داخل الأسرة كمحرك للإستهلاك داخلها، لذلك خصصنا هذه الدراسة لنوع من الإشهار الذي يخاطب حاستي السمع والبصر، وهو الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة.

لأن القيم تنعكس في السلوك وتعمل على توجيه الفعل الاجتماعي للأفراد، إضافة لمكانة الأسرة والتلفزيون في حياة الأطفال ودورهما في تشكيل القيم، فقد كيف المعلمين في محاولة للتأثير على سلوك مستهلك الغد (الطفل) العناصر المعرفية والعاطفية، و أيضا القيمة لهيكله الحجة من أجل إقناعهم.

المطلب الأول : القيم الأسرية .

I. ماهية القيم الأسرية :

1- القيم :

أ- تعريف القيم:

في اللغة: ورد في المنجد الأبجدي: القيمة. جمع قيم (قَوَمَ) : النوع من قام الثمن الذي يعادل المتاع: تقول "ذو قيمة" ولا قيمة له.¹ وهذا المعنى القريب الذي يطلقه الإقتصاديون على (القيمة)، أو هي حكم الشخص على ما هو مهم والحياة ، والثمن الذي يعطيه للأشياء والسلع.² **إصطلاحاً:** القيمة من الكلمة Value تأتي من الكلمة اللاتينية Valera والتي تعني أن تكون ذا قيمة لتكون قويا،³ ولقد اختلفت تعاريف المفكرين للقيمة وذلك راجع لتباين واختلاف المنطلقات الفكرية والنظرية لديهم،⁴ فالقيم عند **ماكرجي Markerjee** وهو أحد علماء التربية :

¹ - المنجد الأبجدي ، دار المشرق ، ط5 ، بيروت ، 1987 ، ص 823 .

² - عبد الله فتحي الظاهر، على أحمد خضر المعماري، أثر الفضائيات في القيم الاجتماعية والسياسية، دار غيداء، ط1، عمان، د.ت، ص 32 .

³ - K. Suriyachinnavar Role of Parents, Guardians and Teachers in Value

Education. National Conference on "Value Education Through Teacher Education "

,College of Education, India ,Vol-1 Issue-2 2016 , IJARIE-ISSN(O)-2395-4396 , p

35 .available at the link : <http://ijarie.com> . 24/02/2020 - 17:30.

⁴ - سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية، د. ط، مصر، د.ت، ص21.

القيمة عنده عبارة عن مجموعة من الأهداف متفق عليها إجتماعيا، وهي توجد في المجتمع من خلال عمليتي التعليم و التنشئة الإجتماعية.¹

ب- أنواع القيم :

فلكل فرد نظام قيمى هرمي، يحكم سلوكه ويعكس بشكل أو بآخر، حاجاته و إهتماماته والنظام الإجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه.² وبصفة عامة يمكن القول بأن العلماء، قد صنفوا القيم إلى أربعة أسس أو أبعاد أساسية هي:

- بعد إيكولوجي (بيئية) [قيم جمالية، قيم تأملية، فلسفية]
- بعد سوسيوثقافي [قيم أخلاقية، قيم فردية، وجماعية وعامة، وخاصة تصورية، وسائلية]
- بعد ديني [القيم الدينية، الصدق، الأمانة.... إلخ]
- بعد تنظيمي [يضم القيم السياسية، و الإقتصادية]، وتؤكد أن هناك تداخل بين التصنيفات، والقيمة الواحدة قد تشمل على بعد تنظيمي سوسيوثقافي.³

2- الأسرة :

أ - تعريفها: لغة: بالضم: الدَرْعُ الحصينة، ومن الرجل : الرهط الأدنون.⁴ يقابل كلمة "الأسرة" في الفرنسية famille، وفي الإنجليزية family وهي في هاتين اللغتين الأجنبيةتين مشتقة من كلمة familia، وتعني مجموع الخدم.⁵

¹ - مزوز بركو ، أطفال الشوارع القيم وأساليب التربية الوالدية ، دار جوانا، د . ط، القاهرة، د.ت، ص 73.

² - عبد المجيد نشواتي، علم النفس التربوي، دار الفرقان، ط 4، الأردن، 2003، ص 480.

³ - سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس إبراهيم، المرجع السابق، ص 26 - 27.

⁴ - مجد الدين الفيروز آبادي، قاموس المحيط، دار الحديث، د، ط، القاهرة، 2008، ص 54.

⁵ - مزوز بركو، التنشئة الإجتماعية في الأسرة الجزائرية، مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، جامعة باتنة، الجزائر، ع (21)

- (22)، شتاء، ربيع 2009، ص 44.

إصطلاحا:

بالرغم من أن مفهوم الأسرة من المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، فليس من السهل تعريفها لأن بناءها والأدوار التي تلعبها تختلف بشكل كبير من مجتمع لآخر، عموما يمكن تعريف الأسرة:¹

فيعرفها **محمد عاطف غيث**: " جماعة إجتماعية بيولوجية نظامية تتكون، من رجل و امرأة) تقوم بينهما رابطة زواجه مقررّة) أو أبنائهما.²

ويشير **مصطفى بوتفنوشت** " إلى أن العائلة أو الأسرة الجزائرية أبوية بمعنى أن الأب والجد هو القائد المنظم لأمرها وهي أيضا أغنوصية، أي أن النسب فيها للذكور و الإنتماء الأبوي.³ وقد رأى **مصطفى بوتفنوشت** خاصيتين أخريين هما: أن العائلة الجزائرية لا منقسمة وموسعة، وتعني الأولى أن الأب له مهمة ومسؤولية على الممتلكات ويغادر أبنائه المنزل بعد الزواج، وتعني الثانية أن الأسرة هي تجمع لعدد من الأسرة النووية، كما يرى **بوتفنوشت** أن الأسرة الجزائرية الموسعة بدأت تترك مكانها للأسرة النووية، نتيجة للتغيرات الاجتماعية و الإقتصادية، والثقافية والسياسية التي يعرفها المجتمع الجزائري.⁴

ب - أنواع الأسرة: توجد أنواع شتى من الأسرة كأسرة التوجيه وأسرّة الإنجاب، والأسرة النووية والأسرة الممتدة (العائلة)، والأسرة الزوجية... وغيرها.

- الأسرة النووية: تتكون من الأب وألام وأولادهما الذكور، والإناث غير المتزوجين ويمكن أن يقيم أحد الأقارب فيها كالأخت والأخ أو أحد الوالدين.

¹ - محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك مدخل إستراتيجي، دار وائل، ط 4، الأردن، 2004، ص294.

² - هدى محمود ناشف، الأسرة وتربية الطفل، دار المسيرة، د. ط، عمان، 2007، ص 13.

³ - نجوى فلكاوي، التنشئة الاجتماعية بين متطلبات الأصالة وتحديات العولمة في الأسرة الجزائرية، Route

educational & social journal، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، ع(5)، 14 ديسمبر 2018، ص 39.

⁴ - مزور بركو، التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية، المرجع السابق، ص 46.

- الأسرة الممتدة: تتكون من الأب والأم و أولادهما الذكور، والإناث غير المتزوجين والأولاد وزوجاتهم وأبنائهم والأقارب الآخرين، كالعم، والعمة، و الابنة الأرملة... وهؤلاء يقيمون في نفس المسكن تحت رئاسة الأب، أو كبير العائلة (الجد)، وتسمى أيضا بالأسرة المتصلة.¹

- الأسرة السائبة : وتتكون من زوج وزوجة فقط لعدم إنجاب، أي أطفال لهذا النوع من الأسباب إختيارية أو إجبارية.²

أما القيم الأسرية: تعرف بأنها مجموعة القيم التي تعكس علاقة الفرد بأسرته، ونظرته و إتجاهاته نحو القضايا الأسرية، طاعة الوالدين، التضامن الأسري، نظرته و إتجاهاته نحو المرأة، العمل، التعلم، المكانة.³

والمقصود بالقيم الأسرية في هذه الدراسة " مجموعة القيم التي يكتسبها الأفراد أثناء مراحل التنشئة، والمتداولة داخل الأسرة الجزائرية الممتدة منها أو النووية، والتي تظهر من خلال المواقف، و الإتجاهات، والسلوك اللفظي، والغير اللفظي، و الإهتمامات و التفضيلات و الأحكام التي يصدرونها إتجاه القضايا، والموضوعات المحيطة بهم، والتي لها دور كبير في تحديد سلوك أفراد الأسرة .

II. مصادر القيم والقيم الأسرية داخل الأسرة :

عند محاولة تصنيف القيم أو ترتيبها فيجب الأخذ بعين الاعتبار مصادر هذه القيم، و أهدافها فالقيم التقليدية السائدة في الأسرة الجزائرية، هي في الغالب ما يكون مصادرها الدين الذي يشكل الجانب الأساسي للحياة اليومية للأفراد، والذي نجده متجذرا في مختلف مظاهر الحياة والروابط الإجتماعية السائدة والتقاليد والأعراف، التي لا تزال ذات مكانة كبيرة عند أفراد المجتمع، والتي تظهر أيضا من خلال مظاهر الحياة اليومية للأفراد .

¹ - مزور بركو، التنشئة الإجتماعية في الأسرة الجزائرية، المرجع السابق ، ص 45.

² - محمد إبراهيم عبيدات، المرجع السابق، ص 290.

³ - حسان تركي، تغير القيم الأسرية في المجتمع الجزائري المعاصر - دراسة تحليلية -، مجلة الرواق، مخبر الدراسات الإجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية، المركز الجامعي غليزان، الجزائر، ع (9)، سبتمبر 2017، ص 81.

وهذه المصادر التي تعتبر خزان قيم الأسرة الممتدة، وبحسب الدراسات تبقى سائدة حتى في الأسرة النووية التي تعتبر نتاج لتحولات يمكن وصفها بالحضارية، بحيث لا يزال الدين والأعراف والتقاليد مصادر أساسية لهذا النموذج الأسري، على الرغم من التحولات التي كانت عرضة لها.¹ أن الأسرة الجزائرية أسرة تقوم على أفكار مستمدة من الثقافة العربية الإسلامية توارثتها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، التي تقوم بها الأسرة وذلك بنقلها من جيل الآباء إلى جيل الأبناء.²

ولقد حرصت الشريعة الإسلامية على تطويق الأسرة بدرع من القيم الأخلاقية والمسؤولية الدينية، التي تسهم في تنمية معاني التضحية والعطاء والبذل في العلاقات الأسرية.³ و من بين هذه القيم:

- بر الوالدين: وقد وردت هذه القيمة في عدة مواضع، في القرآن الكريم منها قوله تعالى: [وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ].⁴

- العفة: وهي حصول حالة للنفس تمتع بها، عن غلبة الشهوة.

- العدل: وهو ينبثق من الخير ويتبعه سائر القيم أمانة، وصدق، ووفاء، وغيره.⁵

- قيمة البذل والعطاء والإيثار: فالأسرة الإسلامية هي الأسرة التي تقوم على العطاء وليس المصلحة، فالأب يعطي أمناً والأم تعطي حباً وحناناً، والأبناء يعطون بسمة وأملاً، وهذا العطاء هو الذي يحدد مستويات وعلاقات أفراد الأسرة تجاه بعضهم البعض.

¹ - حسان تركي، المرجع السابق، ص 14.

² - نادية فرحات، الأسرة الجزائرية بين القيم التقليدية وقيم الحداثة، ملخص أطروحة دكتوراه، (جامعة الجزائر)، مجلة جيل حقوق الإنسان، لبنان، العام الخامس، ع (35) نوفمبر 2018، ص 92 . متاح على الرابط : <https://jilrc.com/> . 24 / 02 / 2020-35 : 17.

³ - نسيم طبشوش، القنوات الفضائية و أثرها على القيم الأسرية لدى الشباب - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2006، ص 151.

⁴ - حسينة حسين، القيم الأسرية بين دلالات الخطاب التكليفي والتحول الفكري -دراسة تأصيلية -، جامعة علي لونيبي، البليدة 2، ص 85، متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/> . 24 / 02 / 2020-20 : 13.

⁵ - حسينة حسين، المرجع السابق، ص ص 86 ، 87.

- **قيمة الصبر:** وقد دعا الإسلام للتحلي بقيمة البر وقوة الإحتمال والجلد وهذه القيمة لها تجلياتها على الأسرة ودورها في تماسكها و إستقرارها، ومن أهم الأمور التي تدعم بها الأسرة وتحفظ إستقرارها.

- **قيمة التعاون والتضامن (التكافل الإجتماعي):** ويتضمن التكافل في الأسرة تعاون الأفراد على أداء الواجبات والحقوق، في السراء والضراء في الشدة والرخاء، وأن يتضامن أفراد الأسرة الواحدة من أجل ضمان إستقرار الكيان الأسري.¹

III. دور الأسرة في إكساب القيم للأبناء :

تعد الأسرة الوحدة الإجتماعية الأولى التي يحتك بها الطفل إحتكاكًا مستمرًا، كما أنها تعد المكان الأول الذي ينمو فيه،² ويتعلم فيه الطفل مبادئ الحياة الإجتماعية وذلك عن طريق التربية التي يخضع لها، والتي تكون غايتها تهيئته للاندماج في الوسط الإجتماعي،³ حيث تقوم الأسرة بغرس مجموعة من القيم في شخصية الطفل، وتقوم بتعديلها إذ لم يتم إستخدامها بالصورة المطلوبة.⁴

- **وظائف الأسرة:** لقد أجمع الباحثون في علم الإجتماع وجود عدة وظائف للأسرة من أهمها :

1_ الوظيفة الجنسية:

تعد الأسرة نظام للتناسل يضمن نمو المجتمع، و إستمراره عن طريق الإنجاب وتغذية الصغار وتنشئتهم و إدماجهم في المجتمع، كما تضمن تنظيم السلوك الجنسي بطريقة مشروعة إجتماعيا ضمن إطار ثقافة المجتمع.

¹ - نسيمة طبشوش، المرجع السابق، ص ص 128 - 139.

² - عاصم الدسوقي، محمد علي سلامة، الإنفتاح الإقتصادي وأثاره الإجتماعية على الأسرة، دار الوفاء، ط1، القاهرة ، 2003، ص 331.

³ - أمال علاوشيش، المرأة والطفل والإعلان، دراسات في العلوم الإجتماعية، جامعة الجزائر 2، مج (32)، ع (2)، 2، جويلية 2019، ص 13 .

⁴ - سفيان دريس، فطيمة حدادو، قراءة سوسيولوجية لملامح تغير التنشئة الإجتماعية الأسرية في الجزائر، مجلة سوسيولوجيا الجزائر، جامعة الجزائر 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة مج(3)، ع(1)، 18 ماي 2019، ص 63. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/> . 24 / 02 / 2020 - 40 : 13.

2_ الوظيفة الاقتصادية:

تمثل الأسرة وحدة إقتصادية يعمل جميع أفرادها لتحسين دخلها، فقد كانت الأسرة القديمة وحدة منتجة تعتمد على ذاتها في تأمين الطعام من الزراعة والصيد، من خلال تنظيم الإنتاج الجماعي و إعداد الأجيال لأعمالهم المستقبلية.¹

3_ الوظيفة الإجتماعية: وهي من أهم الوظائف التي تقوم بها الأسرة² فيعرفها يوسف عبد الفتاح: على أنها وسيلة يتبعها الآباء لكي يلقنوا أبنائهم القيم و المثل و صيغ السلوك التي تجعلهم يتوافقون في حياتهم، وينجحون في أعمالهم و يسعدون في علاقاتهم مع الآخرين.³ وعلى كل حال يعمل الآباء بمثابة المصفاة التي تصفي أو تتقي القيم قبل نقلها إلى الطفل، ويمثل الآباء دور المعلم في عملية التنشئة الاجتماعية، كما يمثلون نماذج أمام الأطفال يقتدون بها ويتمصونها و يقلدونها.⁴

IV. أهم التغيرات والتحديات التي تواجه الأسرة :

- ضعف العلاقات الأسرية وتحول في البناء الإجتماعي، وخاصة في الأوساط الحضرية العربية، إذ تحولت من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية.
- توتر في علاقات الأسرية يصل أحيانا، إلى صراعات في القيم بين الأجيال.
- تغير في نمط العلاقات، وظهور علاقات جديدة .

¹ - السعيد عواشري، الأسرة الجزائرية إلى أين، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة سطيف، مج(6)، ع(12)، 2005، ص115. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/> . 14 / 01 / 2020 - 00 : 15.

² - العيد هدا، تأثير العولمة على دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية - دراسة ميدانية بمدينة سطيف -، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التربوية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الاجتماع، جامعة سطيف 02، 2013، ص96.

³ - زينب دهلمي، التصدع التكنولوجي والأسري في التنشئة الجزائرية، مجلة أنثروبولوجية للأديان، جامعة ورقلة، ع(20) ، 2018، ص 281.

⁴ - عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر الجامعي، د.ط، د.م ، 1985، ص 201.

- تغير نمط الثقافة الأسرية ولاسيما علاقة الأبناء بالآباء، وضعف التواصل بينهم، وذلك من خلال الفضائيات، وما تعرضه ¹.
- تقلص دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية، وبروز وسائل تربوية بديلة (كان أهمها وسائل الإعلام).
- تخلى الأسرة عن الكثير، من قواعد الانضباط السلوكي داخل الأسرة .
- تزايد مصروفات الأبناء الكمالية، والترفيهية، على حساب ميزانية الأسرة بسبب النزعة الإستهلاكية.²

المطلب الثاني: الإشهار التلفزيوني والطفل .

I. ماهية الإشهار التلفزيوني والطفل:

1. الإشهار التلفزيوني:

أ- تعريف الإشهار التلفزيوني:

- تعريف الإشهار: لغة: جاء في قاموس المحيط: الإشهار من مادة شَهَرَ، مصدرها الشُهْرَة، أي ظهور الشيء في شَنْعَة، الشَّهِيْرُ و المَشْهُوْرُ: المعروف المكان، المذكور، والنبية، والشهرة: القمر يسمى بذلك لشهرته، وقيل إذا ظهر قارب الكمال.³

أما إصطلاحا : يعرف الإشهار التلفزيوني **TV Advertisement** بأنه عبارة عن مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال وقت مباع من قبل التلفزيون لتقديمها وعرضها

¹ - نجلاء عبد الرحمان، وقيع الله بلاص، العولمة وأثرها على التنشئة الاجتماعية، مجلة التعليم والعلوم الإنسانية، جامعة الجزيرة، د . م، مج (6)، 30 أفريل 2018، ص 957. متاح على الرابط :

http://www.ressjournal.com/Makaleler/1476309956_38-1pdf.pdf 26 / 02 / 2020 - 30 : 14.

² - أمينة قجالي، وداد يسميشي، إعلام الطفل بين ضرورة الحماية الاجتماعية من خلال التربية الإعلامية وواقع الإهمال الأسري - قراءة نقدية لواقع إستخدامات إعلام الطفل داخل الأسرة العربية المعاصرة -، مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة صالح بويندير، قسنطينة 3، الجزائر، ع (4)، أوت 2018، ص 439.

³ - مجد الدين الفيروز آبادي، المرجع السابق، ص 897.

إلى الجمهور، من أجل تعريفه بسلعة أو خدمة من ناحية الشكل و المضمون، بهدف التأثير على سلوكه الإستهلاكي وميوله وقيمه ومعلوماته وسائر المقومات الثقافية الأخرى.¹

والمقصود بالإشهار التلفزيوني في هذه الدراسة : " هو مجمل الرسائل الفنية التي تركز على القيم كمحفزات لتأثير على اللاوعي الفرد المتلقي والمعتمدة على الصورة والصوت عبر وسيط سمعي بصري " التلفزيون " كقناة لعرض المنتج و إبراز خصائصه، ومميزاته بإستخدام عناصر الجذب، والإثارة، و إستخدام اللون والموسيقى والحركة...، و التأثير على المشاهدين الكبار وبالخصوص الصغار، وبالتالي دفع المتلقي إلى إقتناء السلعة أو الخدمة.

ب- خصائص الإشهار التلفزيوني :

يتمتع التلفزيون بمجموعة من الخصائص على المستوى التقنية، وظروف التعرض جعلت منه وسيلة إشهارية مؤثرة نافست بشدة ما سبقها من وسائل خاصة على مستوى بعض المنتجات والخدمات،² وينفرد الإشهار التلفزيوني عن بقية الأنواع الإعلانية بجملة من الخصائص نحصرها في الآتي:³

- **الإختيار** : يسهل التلفزيون إختيار القطاع المستهدف بالإعلان من أي سن أو أي منطقة....إلخ.

- **المرونة** : يوفر قدر كبير من المرونة للمعلن في إختيار البرنامج أو المحطة أو القناة.⁴

- **التغطية الجماهيرية**: يعتبر الإشهار التلفزيوني بمثابة عملية إتصال جماهيري، يتميز بضمان إنتشاره ووصوله إلى أعداد كبيرة من الجمهور في نفس الوقت، كما يتميز أيضا

¹ - إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل: دراسة سوسولوجية، دار الجامعة الجديدة للنشر، د. ط، مصر، 2001، ص 136.

² - منى الحديدي، الإعلان ؟، دار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2002، ص 78.

³ - أمينة طرابلسي، إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال - دراسة وصفية تحليلية للإعلانات قناة " سبيس تون الفضائية " - ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص 70.

⁴ - عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، د. ط ، د.م، 2001، ص 215.

بإتساع مدته الزمنية، وهذا ما يوضحه إنتشار الإشهارات في مختلف الفترات الصباحية و المسائية، مما يؤدي إلى جعله رسالة جماهيرية.¹

- يمكن من معرفة رد فعل المشاهد أو الحصول على المعلومات المرتدة إتجاه إشهار معين ، من خلال إستقصاء الرأي أو دراسة رأي الجماهير بواسطة شركات قياس الرأي العام.²
- مخاطبة الأسرة : فتقديم الإشهار التلفزيوني من خلال التلفزيون يضمن له الإنتقال إلى أفراد العائلة كمشاهدين له بكافة أعمارهم ومستوياتهم التعليمية المختلفة.³
- القدرة على التأثير والجذب: نتيجة الجمع بين البعد المرئي والبعد المسموع للرسالة، والربط بين الكلمة والصورة الحركة، والصوت وغيرها.⁴
- القدرة على جذب إنتباه المشاهدين: فمعظم المشاهدون يجدون متعة في مشاهدة التلفزيون.⁵

ج- القوالب الفنية " الصيغ الفنية " للإشهار التلفزيوني:

يعتبر القالب أو الشكل الفني الذي يأتي عليه الإعلان التلفزيوني الأساس في نجاحه من عدمه،⁶ وتتعدد أشكال الإشهار التلفزيوني التي تستند على الخصائص المميزة للتلفزيون وتستغل

¹ - حنان شعبان، تلقي الإشهار التلفزيوني، مؤسسة كنوز الحكمة، ط1، الجزائر، 2011، ص 8.

² - عبد السلام أبو القحف، المرجع السابق، ص 215.

³ - حنان شعبان، المرجع السابق، ص 9.

⁴ - عبد السلام أبو القحف، المرجع السابق، ص 215.

⁵ - إسماعيل محمد السيد، الإعلان، المكتب العربي الحديث، د.ط، د.م، 2014، ص 367.

⁶ - لامية صابر، الحملات الاعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب - دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف - ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص 95 .

قوالبه التقنية والفنية ، ومن أهمها مخاطبة حاستي السمع والبصر،¹ و تتمثل هذه القوالب أساسا في:²

- **قالب الحديث المباشر:** يستخدم في مخاطبة المستقبل وهي الصياغة التي تعتمد أساسا على وظيفة النداء في الرسالة والدعوة إلى إقتناء تجربة أو خدمة أو سلعة معينة ولأن وظيفة النداء تقتضي الإقناع بواسطة القول كانت الشهادة Le temoignage من بين أهم الأساليب المستخدمة في هذا المجال.³

- **القالب المبني على الجدل:** تستند هذه الصياغة إلى حوار يجري بين شخصين أو أكثر أحدهما يسأل والآخر يجيب أو يقرر الأول شيئا ويعقب عليه الثاني وتقوم هذه الصياغة على أسلوب المناظرة والجدل حول منافع إستخدام سلعة معينة أو قدرة هذه السلعة على حل مشكلة معينة ويقوم محرر الرسالة بصياغتها في أسلوب يقوم على أساس ظهور فرد معين يتحدث عن وجود مشكلة ما، بينما يقترح الآخر حل المشكلة من خلال إستخدام السلعة أو الخدمة - موضوع الإشهار-.⁴

- **القالب في شكل فيديو كليب vidio clip:** يقوم هذا القالب على فكرة الإستعراض في تقديم المنتج، وهي فكرة مستوحاة من فن فيديو كليب المعروف في الأغاني المصورة، و إستخدام الأغاني في الإشهار العصري، هو محاولة من جانب المصمم لجعل الرسالة الإشهارية أكثر وصولا ورسوخا، ويتطلب هنا الحذر في توظيف هذا القالب حتى لا تطفئ على الجوانب الفنية على محور الإتصال الإشهاري .

¹ - محمد الحفناوي، الإعلان الصحفي، دار العلم والإيمان، ط1، د.م، 2014، ص 173.

² - عبد النور بوصاية، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية - دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الخاصة بمعامل الهاتف النقال " نجمة " -، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2008، ص54.

³ - خيرة مكرتار، العربي بوعامة ، التمثيلات الثقافية في الخطاب الإشهاري - إشهارات قناة النهار أنموذجا - ، مجلة جماليات، جامعة مستغانم، مج(3)، ع(3)، د. ت ، ص 74-75. متاح على الرابط :

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/77246 . 14 : 30 - 2020 / 02 / 26

⁴ - المرجع نفسه، ص 75 .

- **قالب الرسوم المتحركة :** يحاول المصمم من خلال هذا القالب الخروج عن المؤلف وذلك باستخدام شخصيات غير حقيقة مستمدة من الرسوم المتحركة أو عرائس القراقوز وهو توظيف غير أيقوني يراد منه التجديد في عرض المحتوى الإشهاري.

على إختلاف هذه القوالب الفنية في الإشهار التلفزيوني، فإنها تساهم بشكل كبير وفعال في جعل الإتصال الإشهاري قويا في تصميمه، معبرا في معناه.¹

II. الطفل :

1- تعريف الطفل:

لغة: الطفل والطفلة: الصغيران والطفل: بكسر الطاء. الصغير من كل شيء.²

إصطلاحا: والطفل باللغة الفرنسية *enfant* وتعنى إنسان يكمن نموه بين الولادة والبلوغ، أصل هذه الكلمة هو من اللاتينية " *infants* " يعني بالنسبة للرومان " الذي لا يتكلم ".³

الطفولة أنها تلك المرحلة من عمر الإنسان التي تبدأ من الميلاد حتى طور البلوغ،⁴ وهي كالجسر الذي يمر عليه الطفل للوصول إلى درجة من الوعي، والنضج على إختلاف أنواعه العقلي، النفسي، الإجتماعي... ويتمكن من إدراك ما يدور حوله، وخلال هذا العبور يتحول الطفل إلى كائن إجتماعي يتكيف مع قيم مجتمعه وعاداته وثقافته.⁵

¹ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص ص 54، 55.

² - مجد الدين الفيروز آبادي، المرجع السابق، ص 2681.

³ - Samia Fakhri, Nour Alhouda Dghoghi , **strategies publicitaires : marche de l'enfants**, projet de fin d'étude ,Department Techniques de commercialisation & communication , université Mohamed v –agdl , Maroc ,2006 – 2007 . disponible sur le lien:

:<https://www.memoireonline.com/05/07/440/strategies-publicitaires-marche-de-l-enfant-maroc.html> . 25/01/2020-13:00.

⁴ - فطومة بن مكي، الطفل والإشهار التلفزيوني - دراسة في الإدراك و الإتجاهات - ، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الإتصالية، جامعة الجزائر 3، مج (3)، ع(6)، ص 10 . متاح على الرابط :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/45618> . 25 /01/ 2020 - 00 : 14 .

⁵ - ليلي أمال حيرش بغداد، الطفل والتلفاز : الآثار الإيجابية والسلبية - دراسة ميدانية بمدينة وهران -، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإجتماعية، قسم علوم الاجتماع، جامعة وهران 2، 2014، ص 56.

ب- مراحل النمو المختلفة للطفل:

النمو في معناه النفسي: هو التغيرات الجسمية والعقلية و الإجتماعية و الإنفعالية التي يمر بها الفرد في مراحل نموه المختلفة،¹ ويرى معظم علماء النفس أن مراحل عملية النمو عملية متصلة ومتداخلة مما يصعب علينا تقسيم هذه المراحل بوضع حدود وفواصل معينة، وتقسم مرحلة الطفولة إلى:

- **حديث الولادة:** وهي المرحلة التي تبدأ منذ اللحظة الأولى للولادة وحتى الأسبوعين الأولين من عمر الطفل، مرحلة الرضع هي المرحلة التي تستمر بعد مرحلة حديثي الولادة وحتى بلوغ الطفل السنة الأولى من العمر.

- **الطفولة المبكرة:** والتي تبدأ من البلوغ الطفل السنة الأولى من عمره وحتى بلوغه سن ست سنوات، ويرى أولسن أن مرحلة الطفولة المبكرة تتميز بالنمو السريع في شتى الأبعاد الجسمية والعقلية.

ففي هذه المرحلة يتعلم الطفل المشي وتناول الطعام كما أنه يفطم من الرضاعة، ويتعلم الكلام وتتخذ عملية التخلص من الفضلات عنده الصيغة الإجتماعية، وينمي مدركاته عن العالم الخارجي المحيط به ويرتبط إنفعاليا برفاقه ويأخذ في التمييز بين الصواب والخطأ.² ويبدأ في إكتشاف الواقع الخارجي حوالي 3 إلى 6 سنوات الوصف الأكثر أهمية لهذه المرحلة هو **مجمع أوديب** حيث يكتشف أعضائه التناسلية و يتساءل عن الجنس الذي ينتمي إليه، هذا الوقت صعب على الطفل لأنه يدرك أن ليس كل شيء مثله، إذ يريد إغراء والديه من الجنس الآخر " ما يسمى الولد المنافس " و الغيرة إتجاه الوالد من نفس الجنس.³

¹ عزيز سمارة، عصام النمر، هشام الحسن، **سيكولوجيا الطفولة**، دار الفكر، ط3، الأردن، 1999، ص 11.

² زينب إبراهيم العربي، **علم الإجتماع العائلي**، قسم علم الإجتماع، كلية الآداب، جامعة بنها، ص 24. متاح على الرابط : <http://olc.bu.edu.eg/olc/images/fedu513.pdf> . 10 : 00 – 2020 / 01 / 26 .

³ -Lauranne Daniel , **enfants et publicites : les consequences des publicites télévisées sur les enfants** , licence professionnelle activites et techniques de communication , universitaire professionnalisé méthodes informatiques appliquées à la gestion des entreprises , 2008 –2009 . p20 .disponible sur le lien : www.u-picardie.fr . 20/02 /2020 –18:30.

- **مرحلة الطفولة الوسطى :** وتبدأ عند بلوغ الطفل سن السادسة وحتى بلوغه سن العاشرة من العمر ويضمن النمو فيها تعلم المهارات الجسمية اللازمة للألعاب ولتكوين الإتجاهات الإجتماعية وتعلم الوفاق مع الغير، وممارسة الأدوار الإجتماعية وتنمية المهارات الأساسية في القراءة والكتابة والحساب والمفاهيم الضرورية للحياة اليومية.¹ وفي هذه المرحلة يلتحق الطفل بالصف الابتدائي ويسير النمو في هذه المرحلة بشكل بطيء حتى إن هذه المرحلة تعد مرحلة كمون نسبي في معدل النمو،² ويبدأ في التفكير المنطقي فعند الإستماع إلى الحكايات يعرف أن هذه القصص ليست حقيقية ويفضل قصة " الصبي الصغير الذي يأخذ حماما " الذي يجده مألوفا في عالمه.³ فتنسم هذه المرحلة بملاحظة الأطفال لأوليائهم مع محاولة تقليدهم و إبتداء من السنة الثامنة يبدأ بتكوين صورة بسيطة عن تعدد الأديان .⁴

مرحلة الطفولة المتأخرة: وهي تبدأ من بلوغ عشر سنوات من العمر وحتى بلوغه الثالثة عشر من العمر، ويتميز نشاط النمو لدى الطفل في هذه المرحلة بأنه إستمرار لما حدث في مراحل الطفولة المتوسطة كما، يتميز أيضا بالنمو الجسمي العقلي السريعين وبظهور الخصائص الجنسية .⁵

ويتعلم الطفل المعايير الخلقية والقيم ويصبح قادرا على ضبط إنفعالاته، كما أنه يكون مستعدا لتحمل المسؤولية،⁶ إذ يدخل ملعب العقلانية حيث يفكر وي طرح المشاكل ويفكر قبل إتخاذ أي قرار.⁷ وللوصول إلى تحقيق قدر معين من السكينة والطمأنينة، يسعى الطفل في هذه المرحلة إلى القيام بتتبع العبادات ومحاولة التمسك بالشعور الديني لتفادي العقاب، و الحساب

¹ - زينب إبراهيم العربي، المرجع السابق، ص 25.

² - عزيز سمارة، عصام النمر، هشام الحسن ، المرجع السابق، ص 18.

³ -Lauranne Daniel , op , cit , p 20.

⁴ - ليلي أمال حيرش بغداد، المرجع السابق، ص 66.

⁵ - زينب إبراهيم العربي، المرجع السابق، ص 25.

⁶ - عزيز سمارة،عصام النمر، هشام الحسن، المرجع السابق، ص 19.

⁷ -Lauranne Daniel , op , cit , p 21.

في الآخرة حسب ما يتلقاه كمبدأ، من مبادئ التنشئة الاجتماعية التي تحاول الأسرة غرسها، في نفسية الطفل منذ نعومة أظافره.¹

أما فيما يخص التعريف الإجرائي للطفل وفق هذه الدراسة: "يطلق مصطلح الطفولة على المرحلة الأولى في حياة الإنسان، والتي تستهدفها مجموعة من عمليات النمو على جميع الأصعدة النفسية، و الفكرية، والعاطفية، والاجتماعية، والسلوكية... الخ والتي تمتد من الولادة إلى غاية الثانية عشر سنة - وهي مرحلة حساسة التي فيها تقوم الأسرة بغرس مجموعة، من القيم في شخصية الطفل، هذه القيم بمثابة محددات وضوابط السلوكية المستقبلية.

II- الطفل من منظور تسويقي :

❖ نشأة وأسباب الإهتمام بالطفل:

لم يكن الأطفال والمراهقين دائما هدفا للإعلانات التلفزيونية، فخلال الخمسينيات من القرن العشرين ركزت معظم الإعلانات على الأفراد الذين يعتقد أنهم يمتلكون القوة الشرائية الكبرى أي البالغين، إلا أن هذا الاعتقاد سرعان ما تغير إذ بحلول الستينيات،² لاحظ الإشهاريون انتقال التأثير داخل الأسرة إلى الأطفال،³ في المشتريات الاستهلاكية،⁴ باعتبارهم المستهلكين الذين يضغطون بدورهم على الآباء من أجل شراء المنتج المعلن عنه.⁵ وعلاوة على ذلك فإن التقدم المحرز في الدراسات الاجتماعية والنفسية، قد أظهرت أن دور الطفل في الفضاء التجاري يتجاوز الرؤية التقليدية، وهكذا فإنه لم يعد ينظر إليه ككائن الذي يتم تلبية احتياجاته من قبل

¹ - ليلي أمال حيرش بغداد، المرجع السابق، ص 68.

² - ستيفن جيه كيرش، تر: عبد الرحمان مجدي، نيفين عبد الرؤوف، الإعلام والنشأة تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل

النمو، مؤسسة هنداي، د.ط، د.م، 2017، ص103.

³ - هشام عكوباش، الفضاء الإشهاري التلفزيوني وتمثيل الطفل رصد ونقد، مجلة آفاق للعلوم، جامعة الجلفة، مج (1)، ع (8)، جوان 2017، ص259.

⁴ - ستيفن جيه كيرش، المرجع السابق، ص103.

⁵ - جوديت فان إقرأ، تر: عز الدين جميل عطية، التلفزيون ونمو الطفل، المجلس الأعلى للثقافة، ط 3، القاهرة، 2005، ص 238.

والديه، ولكن كحامل للقوة الشرائية وكعضو في عملية صنع القرار.¹ حيث تستند الرغبة في توجيه الإعلانات الموجهة للأطفال، إلى ثلاثة أمور أولها: أنه يعتقد أن الإعلانات تعزز القيمة القائمة على السلع المادية أو الإستهلاك، ثانيا : يعتبر الأطفال مستهلكين عديمي الخبرة وفريسة سهلة للإقناع، ثالثا: يؤثر الإعلان على طلب الطفل لكل شيء.² ولا يزال المعلنون يستهدفون الطفل لأسباب منطقية،³ هو أن وسيلة التلفزيون في كثير من الأحيان تجذب إنتباه الأطفال، وهو واحد من العوامل الشعبية التي تدفعهم إلى إستهلاك أشكال مختلفة، و تبين دراسة أجريت في عام 1996 أن الأطفال يشاهدون التلفزيون وقتما يريدون في عطلة نهاية الأسبوع، وقبل المدرسة وقت الغذاء خلال إستراحة الغذاء وخاصة في فترة ما بعد الظهر و بعد المدرسة.⁴ ويدرك المعلنون أن ولاء العلامة التجارية وعادات المستهلك تتشكل عندما يكون الأطفال صغار،⁵ لبناء مستهلك صلب قادر على دعم وحماية أنشطة المنظمات التسويقية، عن طريق خلق مستهلك طويل الأجل لمنتجاتها من خلال كسب عقول هؤلاء الأطفال.⁶

¹–Audrey Charles, Soukain benabadj , **Le marketing destiné aux enfants : entre profits économiques et atteintes psychologiques** ,Concours national Promotion de l'Ethique Professionnelle co-organisé par le Rotary et la Conférence des Grandes Ecoles ,KEDGE Business School – Campus de Bordeaux Lauréates nationales , 2015,p4. disponible sur le lien :<http://concours.ethique.rotarycge.Org>. 07/03/2020 –13:00.

² –Kadambini Katke, **The Impact of television advertising on child health and family spending–A Case Study** , international journal of Marketing Conference on Marketing & Society, , IIMK ,Part IV – Advertising & Society , 8–10 April, 2007 , p 284 .available at the link :<https://www.researchgate.net/> .22/03/2020 –20: 53 .

³– ستقين جيه كيرش، المرجع السابق، ص103.

⁴– Eddy Tukamushaba and others, **children sattudinal reactions TV advertisements the Africane**, International Journal of Market Research ,54 (4), 543–566 ,march 2012 ,p546. available at the link :<https://www.researchgate.net/> . 26/ 02 / 2020 –18:12.

⁵– Kadambini Katke , op.cit, p244.

⁶ – إلهام فخري طملي، **العوامل المؤثرة على التنشئة الإستهلاكية للطفل** – دراسة ميدانية للطفل الأردني من سن 10 – 16 سنة -، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، دم، مج (6)، ع(31)، أكتوبر 2013، ص256. متاح على الرابط:

يرجع ماكلين وكارلسون: إهتمام باحثي التسويق والإعلان خاصة بالطفل إلى الأسباب التالية:

أن القوة الإقتصادية للطفل في إزدياد مستمر، وبالتالي يحتاج المشتغلين بالتسويق إلى المزيد من الأبحاث المعرفية كيف ينفق الطفل ما يحصل عليه من أموال.¹

III. الإشهارات التي تستهدف الأطفال:

منذ عام 1960، بدأ ظهور الطفل في الإعلانات التلفزيونية وغالبا ما يتم تصويره بطريقة نمطية إلى حد ما،² فابتدأ من الثورة الرقمية بدأنا نلاحظ طوفانا إشهاريا إتجاه الطفل، فهو هدف و فاعل رئيسي في علاقته مع الإتصال الإشهاري في آن واحد، وعلى هذا الأساس فهو محل النظر من طرف الباحثين ورجال السوق في رصد مستمر لحركته داخل المجتمع، وضمن الفضاء الإشهاري إبتدأ من أول ظهور له.³

ولذلك فإن المعلنين يأخذون عناية كبيرة لإلتقاط إنتباههم بالتدرج لأنها تقدم صورة و حلم أكبر، وأكثر حرية، و أكثر نكاء... عن طريق إقتراض تعبيراتهم، ولغتهم، وعن طريق إعادة تدوير أبطالهم من الرسوم المتحركة... والنتيجة ليست طويلة: الأطفال يحفظون سيناريوهات أفضل من الكبار الشعارات، والموسيقى، ولكن ليس لديهم القدرة على تحليل الرسالة هذه النتيجة مفهومة إلى حد كبير من قبل المعلنين.⁴

<http://search.shamaa.org/PDF/Articles/PSJaquours/30JaquoursNo31Vol2Y2013/2JaquoursNo31Vol2Y2013.pdf> . 18 : 00 – 2020 / 02 / 20.

¹ - فاطمة الزهراء تنيو، الإعلان التلفزيوني وتأثيره على سلوك الأطفال، مجلة العلوم الإنسانية، عدد خاص، 01 - 12 - 2015، ص 107. متاح على الرابط : <http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/view/2186/2329> . 15 : 34 - 2020 / 02 / 23

² - L' évolution de L'Enfant dans la publicité ?.disponible sur le lien

:<https://tpeenfantpub.wordpress.com/partie-1-2/> . 22/02/ 2020 - 16 : 29 .

³ - هشام عكوباش، المرجع السابق، ص 260 .

⁴ -Jacinthe Lauson ,**La publicité destinée aux enfants :identifier la meilleure protection possible** , Rapport rédigé par Option consommateurs , Bureau de la consommation d'Industriek

وبالتالي هناك جانب عاطفي يتطور عند عرض هذه الومضات الإشهارية.¹

1- النماذج المستخدمة في الإشهارات الموجهة للأطفال :

يسعى الإشهار الموجه للطفل، إلى خلق نماذج واضحة المعالم للطفل والأسرة عموماً " الطفل الذكر، الأم، الأب، البنت .." وهذه النماذج متكاملة من أجل خدمة مرامي الإشهار.

- **نموذج الطفل الذكر** : من مواصفات الطفل الذكر في الإشهار، أنه أولاً محط عناية الجميع و إهتمامهم وخاصة من طرف الأم، ويمكن له أن يقوم بتوسيع ثيابه بشكل مبالغ فيه ، وهو يدل على بطولته وفحولته في مجال كرة القدم، أو يعتمد إلى إختلاس شكولاتة تحت إغراء مذاقها الذي لا يقاوم...إلخ، ويعطي الإشهار مشروعية لهذه التصرفات مقدماً المنتج كمبرر وحل سحري في نفس الآن لكل المشاكل، التي تعترض سعادة الأسرة وضمنها بشكل رئيسي سعادة الطفل الذكر.²

- **نموذج الأم** : يظهر نموذج الأم الذي يرسمه الإشهار الموجه للطفل بمظهر المرأة التي لا هم لها داخل الأسرة إلا سعادة أبناءها، ويبدو أن صورة الأم التي تضم طفلها من بين اللقطات الأكثر شيوعاً في إشهار الطفل، فالحنان والحب والرعاية كلها مسوغات تحيل على فعل الشراء، ويتلخص السلوك المثالي للأم في توفير المنتج مهما كانت الظروف، وإن إستدعى الأمر أحياناً عدم رضا الأب مؤقتاً ريثما يرى النتيجة وتتفرج أساريره.

- **نموذج الأب** : بما أن الأب هو المستهدف من عملية التسويق **marketing**، لأنه هو الذي يصرف، وغالباً ما يقوم بمجمل أعباء النفقة الأسرية داخل الأسرة على عاتقه فإنه يظهر كقوة شرائية يتم تفعيلها عن طريق الأم، وتظهر موافقة الأب وتزكيته لرامي الإشهار كمعطى

,Canada, Avril 2008, P 21. Disponible sur le lien: <https://option-consommateurs.org/wp-content/uploads/2017/08/pratiques-commerciales-publicite-enfants-avril-2008.pdf> 13:05

20 / 02/2020-10 :34 .

¹ - **L' évolution de L'Enfant dans la publicité ?**, site précédent .

² - عبد القادر بن الشيخ وآخرون، **الإشهار والطفل: الرهانات والتحديات**، سلسلة بحوث دراسات إذاعية، جامعة الدول العربية، ع (64)، تونس، 2008، ص 40 .

طبيعي و ضمور الأب في الوصلات الإشهارية، في مقابل الحضور الكاسح للأم دليل على أن الخطاب يريد أن يقلل من شأن كلفة المنتج - مادة الإشهار - على خلفية أن ما يحققه هذا الأخير للطفل لا يقدر بثمن، ويظهر الأب في الأخير كسلطة أسرية تقريرية تستند الاختيارات وعلاقات التواطؤ (complicité) بين الأم والطفل، بما يجعل المنتج أداة لتحقيق الإنسجام الأسري التام ومن ملامح نموذج الأب في الإشهار، هو لا يتواصل مع الابن إلا عن طريق الأم ، والطفل وأعي بتعامله مع الحلقة الأضعف في نظره وهي الأم ، ولذلك فهو يصرح أمامها عن مكنون ما يريده بل وأنها تستبقه لتحقيق رغباته.

- **نموذج البنت:** البنت كما يظهرها الإعلان أم صغيرة مع فارق أن الأم وجودها بارز في الإشهار الموجه للطفل، أما البنت فهي أقل حضورا من الابن إذ تظل الوصلات الإشهارية التي تظهر فيها البنت خارج فضاء البيت قليلة. و حينما تظهر البنت في الخارج في حالات إستثنائية، فهي في الغالب صحبة أطفال ذكور وكأنها قطعة لتكملة الديكور أو المشهد و البيت مكانها الطبيعي - من خلال إستقراء الإعلان داخل البيت، هو الصالون (قطعة أثاث) أو المطبخ إلى جانب أمها (خادمة)¹.

2- تقنيات التسويق المستخدمة في الإشهارات الموجهة للطفل:

في سبيل إقناع النشء بابتياح المنتجات تستخدم الإعلانات مجموعة من الأساليب من بينها دعاية المشاهير، والجوائز التشجيعية، والمبالغة...إلخ. في سن مبكرة يسعى المعلنون من خلال الإشهارات إلى ربط ذاكرة الطفل بالعلامة التجارية، التي سوف تعززها سلسلة من رسائل الإشهار في السنوات المقبلة،² وذلك من خلال إنشاء علاقة عاطفية بين العلامة التجارية، والطفل بإستخدام الرموز التي تسمح لهم بحب الإعلان والعلامة التجارية.³

¹ - عبد القادر بن الشيخ وآخرون، المرجع السابق، ص 43، 44.

² - ستيفن جيه كريش، المرجع السابق، ص 115.

³ - Audrey charles, Soukain benabadj, op.cit , p5.

- **دعاية المشاهير** : تجري الإستعانة بنجوم السينما والتلفزيون، والغناء، والرياضيين المحترفين، وغيرهم من المشاهير للترويج لمنتجات مادية وتندرج الدعاية من قبل شخصيات الكرتون مثل **فريد فلينشون**، و **ميكى ماوس** ضمن هذه الفئة أيضا، إذ يعتقد المعلنون أن المواقف الإيجابية من المشاهير ستقل إلى المنتجات التي يروجون لها، ويعتقد كذلك أن المنتج والشخصية المشهورة ترتبطان معا في ذهن الأطفال.¹

- **الجوائز التشجيعية** : تمثل الجوائز التشجيعية الأشياء، التي تمنح مجانا عند شراء منتج محدد، فمثلا عادة ما تتضمن وجبة هابي ميل في ماكдонаلد لعبة بإعتبارها جائزة تشجيعية. وقد أكدت دراسات عديدة إلى أن توفر الجوائز التشجيعية عبر النشأة يزيد من رغبة الأطفال والمراهقين وطلبهم على المنتج المروج له، واللافت أن العديد من الجوائز التشجيعية تخضع لأنماط قائمة على النوع الإجتماعي، حيث توجد " ألعاب للأولاد " تميل ناحية الحركة والإثارة غالبا باللون الأحمر أو الأخضر أو الأزرق ، أو الألعاب للبنات حيث تكون دمية من نوع ما بألوان زاهية.²

- **التسويق بالتغليف** : يستخدم المعلنون كل حيلة يعرفونها لمنتجاتهم بما في ذلك خلق " مظهر "يغري الأطفال، وهي عملية يشار إليها بالتسويق بالتغليف، إذ يعتقد أن التغليف المبهرج والمبهرج يجذب إنتباه الأطفال، مما يزيد إمكانية أن يطلبوا من والديهم شراء المنتج لأجلهم عند مرحلة البيع فضلا عن أن الشخصيات المعروفة، والنماذج المصغرة للشخصيات، مثل أرنب تريكس "تريكس رابيت " يتكرر ظهورها على الأغلفة في محاولة للتأثير على إختيارات الأطفال.

- **التسويق المشترك** : بالإضافة إلى الشخصيات المشهورة ونماذجها المصغرة يزيد استخدام المعلنين للدعاية المشتركة للترويج للألعاب وغيرها بين النشء، والتسويق المشترك، هو آلية إعلانية تعمل فيها شركتان معا لتسويق منتجاتها وخدماتها، ومن بين وسائل التسويق

¹ - ستيفن جيه كريش، المرجع السابق، ص 115 .

² - ستيفن جيه كريش، المرجع السابق، ص ص 115 - 117.

المشترك تزيين غلاف منتجات الأغذية برسوم لشخصيات الكرتون والأفلام، ومن بين الأمثلة الحديثة الرجل العنكبوت و بوب تارتس ، وفواكه حكايات فيجي.

- **الدعاية الشبح :** والتي يحاول المسوقون إخفاء القصد من الإعلان، النظرية وراء التقنية الجديدة، هي أن الإعلان يكون أكثر فعالية عندما لا يعرف به المستهلكون، على أنه إعلان باستخدام هذا النهج يحاول المسوقون طمس الخط الفاصل بين الإعلان والمحتوى.¹

IV. علاقة الطفل بالإشهارات التلفزيونية :

الإعلان كمصطلح وكفعل ثقافي، و إقتصادي، وتسويقي لاسيما بالنسبة للأطفال الذين يتعاشون مع الإشهار بإعتباره فرجة نظرا لما تحمله الرسائل، من عناصر التشويق فإذا الإشهار في نظرهم أشبه ما يكون بقصة تحكى.²

❖ دوافع وأسباب مشاهدة الطفل للإشهارات التلفزيونية:

من الأسباب التي أدت إلى إهتمام الأطفال بالإعلان التلفزيوني ما يلي :

- هيكل الخطابات الإعلانية التي تقترب، من الحصص الموجهة للأطفال (اللغة المستعملة مدة الخطاب... إلخ).
- الطابع الشخصيات والوضعيات يطمئن الطفل، ويقدم له صورة العالم الذي هو بحاجة إليه.
- تكرار الرسائل الإعلانية يطمئن الطفل، فيما يخص دوام الأشياء وبقاء المحيط .
- يقدم الإعلان نمط إستعمال موح بالأمان.³

¹– Sandra L Claver ,**Children as Consumers: Advertising and Marketing** ,in The Future of Children, 18(1):205–34, March 2008,p 208 .availableat the link :

https://www.researchgate.net/publication/49852129_Children_as_Consumers_Advertising_and_Marketing. 20 /02 / 2020– 13 : 30.

² – عبد القادر بن الشيخ وآخرون، المرجع السابق، ص 18 .

³– عنابي بن عيسى، **سلوك المستهلك – عوامل التأثير البيئية** – ، ج(1)، ديوان المطبوعات الجامعية، د. ط ، الجزائر، د. ت، ص256.

فالأطفال ينتبهون إلى الإعلانات التي تشبع حاجاتهم، والتي منها الحاجة إلى اللعب والحاجة إلى النجاح وتقدير الذات، وتتوقف فاعلية الإعلان بالنسبة للطفل، على مدى ما سوف تحققه السلعة المعلن عنها من إشباع لمثل هذه الحاجات.¹

يتأثر الأطفال ببعض الإعلانات دون غيرها لإحتوائها على سمات وخصائص أثارت إهتمامهم بها، ومن هذه السمات :

المؤثرات الضوئية، المؤثرات الصوتية، حيوية الرسالة، شهرة مقدمي الإعلان، فن التصوير، طريقة عرض المادة الإعلانية، وضوح العبارات المرافقة للإعلان، لغة مقدمي البرنامج ووضوحها، لباس مقدمي الإعلان من حيث الأصالة والمعاصرة ذات العلاقة المباشرة بتراث وعادات وتقاليد الأطفال، الديكور والإكسسوارات المحيطة بالإعلان، توفر المرح، جنس الأطفال (ذكور إناث) حسب موضوع الإعلان، ووجود مواقف إثارة مثل هطول أمطار.²

المطلب الثالث : علاقة الطفل بالقيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية .

تعتبر البيئة الثقافية أحد أهم العوامل في عملية التسويق، وتصميم الرسائل الإشهارية التي تتناسب مع متطلبات وحاجات مجتمع معين، والأخذ بعين الاعتبار كل العوامل الآتية : اللغة والعادات ، أساليب الحياة، الأذواق، القيم السائدة، والمبادئ الأخلاقية التي تحكم المعاملات داخل كل مجتمع، فكل دولة ثقافة تختلف، عن ثقافات أخرى تؤثر في حاجات ورغبات المستهلكين³ .

I. الأسرة في الإعلانات الموجهة للطفل :

¹ - جوديت قان إقرأ، المرجع السابق، ص252.

² - فاطمة الزهراء تنيو، المرجع السابق، ص107.

³ - بسمة فنور، الرسالة الإشهارية في ظل العولمة - دراسة تحليلية للرسالة الإشهارية في الفضائيات العربية قناة الشرق الأوسط Mbc نموذجاً-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإتصال والعلاقات العامة، كلية لعلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007 ، ص 14.

يستغل رجال التسويق تأثير الجماعات المرجعية (الأفراد، العائلة، الأصدقاء، الطبقة الاجتماعية، والثقافات الفرعية، ثقافة الفرد، والثقافات الأخرى)، على سلوك أعضائها ويركزوا حملاتهم على العناصر الهامة في الجماعة المرجعية،¹ أما بالنسبة للطفل فإن الجماعات المرجعية والتي تمثلها الأسرة كجماعة أولية و التلفزة كجماعة ثانوية تعتبر، من أهم الجماعات التي تساهم في تشكيل وتنمية وتطوير السلوكيات الإستهلاكية لطفل.²

إن الإرسالية الإشهارية تؤسس لقيم نمطية، كالأسرة، والجمال، والنظافة، والصحة والنجاح... إلخ، وعلى الموضوعات المتداولة، إن ترسيخ هذه القيم والمفاهيم في الأذهان والعقلية، إنما إيديولوجية السوق و الماركيتينغ التي تتغلغل في بنية المجتمع. متبنيه قيمة التي لا يمكنه التغاضي عنها كمفهوم الأسرة الذي هو راسخ في وجدان.³

إن نموذج الأسرة يعتبر من أقوى الصور التي تعتمد عليها الإشهارات في تمثيلها للطفل نظرا لأهمية الأسرة بالنسبة لهذا الكائن الصغير، خاصة في مراحل عمره الأولى، وغالبا ما تركز الرسائل الإشهارية على المواد والمنتجات التي من شأنها تقوية العلاقة الإتصالية بين الأولياء والأطفال، وفي بعض الأحيان تعطي نماذج لكيفية إتصال الآباء بالأطفال أو العكس، و بطريقة تضمينية تقوم هذه الصورة على الإقرار بصورة الأب و الأم والطفل المثاليين في وضعيات و مواقف مختلفة، حيث يجد الطفل نفسه محاط بهالة من العناية و الإهتمام التي تجعله محور الإتصال في هذه الرسائل معطيا إياه مكانة مهمة داخل وسط الأسري.⁴

❖ الأسرة ذات دلالات تطبيقية هامة بالنسبة للإشهار من حيث :

¹ - محمد الفاتح حمدي، الإعلان التلفزيوني وأثره على البيئة الثقافية - دراسة تحليلية نقدية-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، د.م، ع(1)، أكتوبر 2017، ص 32.

² - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل - دراسة تحليلية للأنماط الإتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الإستهلاكي للطفل-، رسالة دكتوراء، شعبة الإتصال والتنظيمات، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة باجي مختار - عنابه - ، الجزائر، 2009 - 2010، ص 180.

³ - محسن أعمارة، الإشهار التلفزيوني قراءة في المعنى والدلالة، مجلة علامات، كلية الآداب، القنيطرة، المغرب، ع (18)، 2004، ص 107. متاح على الرابط : <http://saidbengrad.free.fr/al/n18/pdf18/11-18.pdf>

28 / 02 / 2020 - 00 : 15 .

⁴ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص ص 14، 15.

- تصوير السلوك الواقعي للأسرة في مواقف حقيقية أو وهمية، بما يساعد الطفل على التوافق في معاملاته مع الغير، و إكتساب إتجاهات الآخرين المستخدمة في الإشهار.
- يمكن أن يكيف الطفل نفسه لسلوك الكبار (من خلال تخيل صورة الأب أو الأم أو الأخوة) طبقا لحاجاته البيولوجية وظروف البيئية، مع الأخذ بعين الإعتبار كيفية تقديم الإشهار لهذه الشخصيات.¹

II. القيم في الإشهار :

بما أن مضامين وسائل الإعلام خاصة الإشهار تسعى إلى تحقيق علاقة مع الطفل تبنى بطريقة يدركها الطفل على أنها حية ومفعمة بالحياة ولهذا فأغلب هذه المضامين تقدم القيم كمحفزات تحاول، من خلالها أن تضع الطفل في حالة فعل، قراءة، إكتشاف، تغيير (زوايا التصوير، تغيير المشاهد...) ².

إن استيعاب هذه القيم عادة ما يتم بصورة عميقة وذلك نظرا للصورة الخيالية المرتبطة بهذه القيم، والتي يعمل وفقا لها أبطال هذه القصص، وأيضا بالنظر إلى الشحنة الإنفعالية، التي يعيشها أثناء سماعه، أو مشاهدته للمادة المعروضة ³.

ولكي يستطيع الإشهار الدفع بالمستهلك إلى الشراء، يجب أن يقدم له بغايات تماهي، صورة عن نفسه تكون متطابقة مع إنتظاراته، وبما أن هذه الإنتظارات مستمدة من المحيط السوسيو ثقافي، وهي بذلك معيارية ، وجب خلق تطابق بينها وبين هذه الصورة ⁴.

¹ - المرجع نفسه، ص 209.

² - سميرة سطوطاح، دور وسائل الإعلام في تشكيل القيم التربوية داخل الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية لتأثير الإشهار على القيم -، مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية، جامعة فرحات عباس، سطيف، مج(8)، ع(6)، 5 ماي 2009، ص 301.

³ - إكرام مرعوش، أثر الإعلانات الموجهة للأطفال على رغباتهم الإستهلاكية ، مجلة الإقتصاد الصناعي، جامعة باتنة، ع(05)، سبتمبر 2013، ص 108 .

⁴ - بيرنار كاتولا، تر: سعيد بنكراد، الإشهار والمجتمع، دار الحوار، ط1، د. م، 2016، ص 222.

حيث يوضح العديد من الباحثين في مجال الإعلان، أن المعلنين يسعون للإستكشاف القيم المسيطرة على حياة الجمهور المستهدف، من خلال القيم الموجودة في تصميم الرسائل الإعلانية بشكل يتوافق مع هذه القيم.¹

❖ أهمية إستخدام القيم في الإشهار : يساعد فهم القيم الأساسية للمستهلكين وربطها بالمنتجات، على خلق فرص تسويقية جديدة، إذ تعتبر القيم ذات أهمية عند وضع إستراتيجيات الإشهارية لعدة أسباب وهي:

- أنها تقدم مؤشرات إيجابية عن المنتجات والخدمات التي يتم تقديمها في الإشهار.
- أنها تقترح منتجات جديدة يمكن أن تجذب المستهلكين.
- تساعد رجال الإشهار على وضع البرامج الإشهارية، حيث تشير إلى الأنشطة و المواقف التي يمكن إستخدامها.²

المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية للدراسة

من خصائص العلم أنه تراكمي فلا يمكن الإنطلاق من الصفر عند معالجة أي موضوع يوجد دائما من تناوله في جانب من الجوانب، لذا تمثل الدراسات السابقة نقطة إنطلاق العديد

¹ - سامية عواج، التغير القيمي في المجتمع من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc نموذجاً، مجلة المعيار، جامعة فرحات عباس، سطيف، مج(12)، ع(23)، ص 484 .

² - سميرة سطوطاح ، بورقعة سومية، القيم في الإشهار التلفزيوني وتوجيه السلوك الإستهلاكي للأفراد - دراسة ميدانية تحليلية لعينة من الإشهارات القناة الأولى (الأرضية) -، مجلة العلوم الإجتماعية، جامعة عنابة، الجزائر، مج(3)، ع(1)، 31 جانفي 2014، ص 263.

من الدراسات والبحوث، وهي من أهم مراحل البحث العلمي التي تساعد في إيضاح جوانب الدراسة، لهذا فقد إنطلقت هذه الدراسة من دراسات مشابهة مع مراعاة التسلسل الزمني.

المطلب الأول: دراسة الإستراتيجيات العامة: سوق الأطفال دراسة ميدانية.

I. تعريف الدراسة: الإستراتيجيات العامة: سوق الأطفال، هي دراسة ميدانية للباحثة سامية فخري ونور الهدى دغوي، وهي عبارة عن رسالة ماجستير تخصص تسويق الإتصالات في كلية سلا للتكنولوجيا للدراسات العليا في جامعة محمد الخامس بأغادير المغرب وقد تم إجراء هذه الدراسة في سنة 2006/2007.

إستهدفت الدراسة التعرف على أسباب إهتمام المعلنين بالطفل، والإستراتيجيات التي يستخدمونها لجذب إنتباه الطفل.

وقد إنطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي: ما هي العلاقة المتبادلة بين المتغيرات السلوكية والفكرية للطفل والسلوك الشرائي؟

التساؤلات الفرعية :

1- لماذا أصبح الأطفال عملاء محتملين للغاية ؟

2- ما هي الاستراتيجيات التي يمكن تنفيذها المعلنين لضمان إستمرار تحقيق أهدافهم؟

وقد إستعانت الباحثتان بالمنهج الوصفي، مع الإعتماد على المزوجة بين أداتين أداة الإستبيان، وأداة المقابلة.

أما عينة الدراسة فتمثلت في العينة العشوائية، التي شملت 269 طفل من جنس (الفتيات، الفتيان) الذين تتراوح أعمارهم بين 6 سنوات، و12 سنة .

II. نتائج الدراسة: ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة ما يلي:

1- أن الطفل لديه علاقة مهيمنة فيما يتعلق بالإعلان.

2- تأثير الإعلان على الأطفال وسلوكهم الإستهلاكي.

3- الأطفال لديهم قدرة على التأثير على قرارات الشراء التي يتخذها آباؤهم.

- 4- يشكل الإعلان ضغط على الأطفال وآبائهم ويختلف هذا الضغط وفقا لعدة معايير، العمر الجنس، و البيئة الأسرية، وكذلك مستوى الوالدين.
- 5- تبين نتائج الدراسة، أن الأطفال هو الجمهور المستهدف لأن لديه القدرة على التأثير، على قرارات الشراء التي يتخذها آباؤهم و أنهم مستهلكو الغد و أيضا المستهلكين الحاليين.
- 6- أن عروض الأطفال المفضلة تكون في الفترة الممتدة مابين ساعة 5 صباحا إلي 8 مساء.¹

III. نقد الدراسة :

تم الاستفادة من هذه الدراسة في تدعيم التراث النظري، وما يمكن إعتباره نقطة إلتقاء مع هذه الدراسة هو معالجة نفس الموضوع (الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل)، رغم الإختلاف في الأهداف التي تسعى إليها كل من الدراستين، حيث تسعى هذه الدراسة إلى كشف عن أسباب إهتمام المعلنين بالأطفال و الإستراتيجيات التي يستخدمها المعلنين، والعلاقة المتبادلة بين المتغيرات السلوكية و الإدراكية و الفكرية و السلوك الشرائي، أما الدراسة الحالية فهي تهدف إلى التعرف على دلالات القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، و ما يمكن إعتباره كنقطة إختلاف أخرى، هو الإختلاف في المنهج المستخدم و الأداة و عينة الدراسة، حيث تم الإستعانة في هذه الدراسة بالمنهج الوصفي، في حين تمثلت الأداة في المزوجة بين أداة الإستبيان و المقابلة، أما بخصوص عينة الدراسة فتمثلت في العينة العشوائية، في حين الدراسة الحالية إعتمدت على المنهج السيميولوجي، و الأداة تمثلت في مقارنة رولان بارث، والعينة المخصصة لهذه الدراسة تمثلت في العينة القصدية، أما الجديد الذي جاءت بيه هذه الدراسة أنها لم تتطرق إلى الإشهار من زاوية التأثير على الطفل وسلوكه الإستهلاكي، بل سعت إلى كشف عن القيم الأسرية التي يتضمنها الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، و إلى التعرف على مدى مراعاة مصممي الإشهارات التلفزيونية للقيم الثقافية و الإجتماعية للطفل.

¹-Samia fakhri, Nour Alhouda Dghoghi, op.cit.

المطلب الثاني: دراسة الإشهار والطفل دراسة تحليله للأنماط الاتصالية داخل الأسرة، من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي .

I. تعريف الدراسة: الإشهار والطفل وهي دراسة تحليله للأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي للباحثة سطوطاح سميرة وهي عبارة عن رسالة دكتوراه بقسم علوم الإعلام و الإتصال في جامعة باجي مختار في ولاية عنابه والتي تم إجرائها في سنة 2009/2010.

إستهدفت الدراسة التعرف على ما إذا كان الإشهار التلفزيوني يؤثر على الطفل من خلال أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الرسائل الإشهارية، بالإضافة إلى تحديد دور الإشهار التلفزيوني في زيادة إقبال الأطفال على المنتجات.

وقد إنطلقت الباحثة في دراستها، من خلال طرحها للتساؤل الرئيسي: ما هي أهم أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الإشهار التلفزيوني؟

التساؤلات الفرعية:

1- كيف تحت أنماط الإتصال الأسري في الإشهار التلفزيوني الطفل على السلوك الاستهلاكي؟

2- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة لتقديم المنتجات المعلن عنها في الرسائل الإشهارية؟

3- ما طبيعة الشخصيات المشاركة في أنماط الإتصال الأسري المقدمة في الإشهار التلفزيوني؟

وقد إستعانت الباحثة بالمنهج الوصفي، والمنهج التجريبي، بالإعتماد على أداتين أداة تحليل المحتوى كتنقية، مكنتها من تحليل عينة من الإشهارات التلفزيونية المأخوذة من القناة الوطنية، وذلك في الفترة الممتدة ما بين 2008/10/25 إلى غاية 2008/11/13، كما إستعانت بأداة الإستمارة التجريبية لقياس تأثير الإشهار التلفزيوني في سلوك الاستهلاكي .

أما عينة الدراسة فتمثلت في ما يلي:

- عينة الدراسة التحليلية : تمثلت في العينة القصدية والتي ضمت 10 عشر إشهارات.

- عينة الدراسة التجريبية: فقد ضمت 75 تلميذ من مدرسة - قنون عمار -.

II. نتائج الدراسة: ومن أبرز ما توصلت له هذه الدراسة ما يلي:

1- ظهور نمط الأسرة الإستشارية كنمط مستعمل في إشهارات عينة الدراسة.

2- ظهور نمطي الأسرة دعه يفعل، ونمط الأسرة التعددية.

3- إعتقاد إشهارات عينة الدراسة على تقديم مجموعة، من السلوكيات لحث الأطفال على السلوك الإستهلاكي.

4- السلوك الإستهلاكي للطفل يتأثر إلى حد كبير بما يقدم من إشهارات تلفزيونية، التي تعمل على توجيه إختياراته و تفضيلاته الإستهلاكية، بما تحتويه الرسائل الإشهارية.

5- ظهور الملامح الجزائرية بنسبة 50% في إشهارات عينة الدراسة، والذي يعكس إهتمام المصممين بثقافة وعادات الجمهور المستهدف حتى الإشهارات الأجنبية إستخدمت شخصيات بملامح عربية قريبة إلى الجزائرية.

6- التكرار يعتبر عنصرا مميز للرسائل الإشهارية التلفزيونية، مما يسمح لها بسهولة التثبيت في ذاكرة المشاهدين بالإضافة أنه يكسبها صفة محببة لدى الأطفال.¹

III. نقد الدراسة :

تم الإستفادة من الدراسة في تدعيم التراث النظري، وكذلك في بناء الإشكالية و طرح الأسئلة رغم الإختلاف في موضوع الدراسة، حيث إنصبت دراسة الباحثة على تأثير الإشهار التلفزيوني على الطفل من خلال الأنماط الإتصالية المقدمة في الرسائل الإشهارية والتأثير على سلوك الإستهلاكي للطفل، أما هذه الدراسة فتهدف إلى الكشف عن دلالات القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه إلى الطفل، والتعرف على مدى تمثيل الومضات الإشهارية للقيم الأسرية الجزائرية أم الغربية، وما يمكن أن نعتبره نقطة إلتقاء بين دراسة التي قامت بها الباحثة، و الدراسة الحالية الاشتراك في تحليل مضمون الرسائل الإشهارية، وما نعتبره كنقطة إلتقاء

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق.

أخرى إعتاد الباحث على العينة القصدية، وفيما يخص نقطة الاختلاف فتظهر في استخدام الباحثة للمنهج الوصفي، فحين هذه الدراسة إعتدت على منهج التحليل السيميولوجي، بالإضافة إلى الاختلاف في الأداة المستخدمة، فالباحثة إستعانت بأداة تحليل المحتوى و الإستمارة التجريبية، في حين هذه الدراسة ركزت على التحليل السيميولوجي وفق مقارنة رولان بارث. أما بخصوص الإضافة التي جاءت بها الدراسة الحالية تمثلت في سعى للكشف عن دلالة القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل، مع الحرص على إختيار الومضات التي تتعلق بمنتوج واحد، ألا هو منتوج الحليب الذي له دلالات إجتماعية وثقافية بالنسبة للأسرة خاصة أن له علاقة بنمو الطفل، فهو من الأولويات أو المنتوجات التي تعطي لها الأسرة أهمية وبالتالي له علاقة بالقيم الأسرية و الذي يقدم في إطار نموذج أسري، حتى يتم التعرف على القيم الأسرية التي يسعى مصمموا الإشهارات إلى توجيهها وتعليمها للطفل، كما أن هذه الدراسة خصصت في الجمهور المستهدف، حيث تم إختيار الإشهارات التلفزيونية الموجهة للأطفال الذين تتراوح أعمارهم منذ الولادة حتى سنة 12، وهي من أهم المراحل العمرية التي يتعلم فيها الطفل القيم، والتي تنعكس في سلوكه، كما إن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على القيم التي يحملها الإشهار قيم جزائرية أم غربية.

المطلب الثالث: دراسة الإعلان التلفزيوني وقيم الأسرة الجزائرية.

I. تعريف الدراسة: الإعلان التلفزيوني وقيم الأسرة الجزائرية هي دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات التلفزيونية لقناة الشروق TV، منشورة في مجلة الحوار الفكري للباحثة عائشة كريكط

في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع بكلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية بجامعة جيجل وقد تم إجرائها سنة 2015.

إستهدفت الدراسة الوقوف على تشخيص الواقع القيمي في الإعلان الجزائري، في ضوء إقتصاد العولمة بمبادئه الجديدة خاصة مع التغير الإجتماعي، الذي أوقعه في ثنائية الأصالة و المعاصرة، مع الكشف عن ماذا كان المعلن الجزائري مهتم بإبراز صورة مجتمعه للمجتمعات الأخرى. حيث ركزت الدراسة، على أهم القيم المتضمنة في الإعلان التلفزيوني في قناة الشروق TV، و إستعانة الباحثة لإجراء، هذه الدراسة بالمنهج الوصفي، حيث إتخذت تحليل المحتوى أدواتها الرئيسية لتحليل محتوى الإعلان التلفزيوني، مع الإستعانة بالتحليل السيميولوجي للكشف عن دلالات التي يحتويها الإعلان التلفزيوني.

أما عينة الدراسة فتمثلت في العينة القصدية التي ضمت 10 إعلانات في الفترة الممتدة ما بين 2015/1/6 و 2015/03/31.

II. نتائج الدراسة: ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة:

- 1- أن الإعلان التلفزيوني الجزائري المعروض على قناة الشروق يواكب التغير القيمي في الأسرة الجزائرية.
- 2- محدودية الموازنة بين ما هو تقليدي و معاصر.
- 3- تميزت القيم الإجتماعية بإتجاهها الإيجابي.
- 4- تميزت القيم المادية بإتجاهها السلبي.
- 5- يعتمد الإعلان على قناة الشروق tv على الأفكار المحاكية للواقع و يبتعد عن الخيال، وهذا حتى يكون أقرب من واقع الملتقى.
- 6- يجسد الإعلان نموذج الأسرة النووية القليلة الأفراد، و هي النوع المفضل لدى الأسر في المجتمع الجزائري و هذا بفعل التغيرات التي طرأت عليه في السنوات الأخيرة.¹

¹ - عائشة كريكط، الإعلان التلفزيوني و قيم الأسرة الجزائرية، دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات التلفزيونية على قناة الشروق TV، مجلة الحوار الفكري، جامعة قسنطينة 3، مج(14)، ع(17)، 2019.

III. نقد الدراسة :

تم الإستفادة من الدراسة في تدعيم الجانب التطبيقي أي في تحليل الومضات الإشهارية، و بناء الإشكالية، و ما يمكن أن نعتبره نقطة التقاء بين الدراسة التي قامت بها الباحثة والدراسة الحالية هو الاشتراك في تحليل مضمون الإعلان التلفزيوني، على الرغم من الاختلاف في الجمهور المستهدف حيث وقع إختيار الباحثة في هذه الدراسة، على الإعلانات التلفزيونية الموجهة إلى جمهور عام، أما الدراسة الحالية فإنها ركزت على جمهور خاص (الأطفال)، وما يمكن أن نعتبره نقطة إتفاق أخرى، و هو السعي للكشف عن القيم الأسرية المتضمنة في الإعلان التلفزيوني، و إذا ما كان الإعلان التلفزيوني يمثل الأسرة الجزائرية أم الأسرة الغربية، مع الاتفاق في عينة الدراسة (العينة القصدية)، أما فيما يخص الاختلاف بين دراسة الباحثة و الدراسة الحالية هو الاختلاف في المنهج المستخدم و الأداة، حيث إستعانة الباحثة بالمنهج الوصفي و أداة تحليل المحتوى، فحين الدراسة الحالية إعتمدت على المنهج السميولوجي، مع الإعتماد على مقاربة رولان بارث.

إن الإضافة التي جاءت بها الدراسة الحالية، تمثلت في التخصيص في الجمهور المستهدف (الطفل)، و سعيها إلى رصد دلالة القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، و الكشف عن الخفايا في إنتاج الرموز والدلائل ومعرفة الآليات التي يسعى المعلن من خلالها للتأثير على الطفل، وهل المعلن الجزائري يأخذ بعين الإعتبار مراعاة الجوانب المعرفية، و النفسية بالنسبة للطفل الجزائري في إنتاج الإعلانات الموجهة له، و الجوانب الثقافية و الإجتماعية المتعلقة به، بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين خصائص المنتوجات المعروضة و القيم الإجتماعية والثقافية للطفل، وعلاقة القيم الأسرية بالطفل في الإشهارات التلفزيوني.

خلاصة الفصل:

القيم الأسرية التي تنتجها الأسرة كفيلة بتأمين التماسك لكل أفرادها لكل المجتمع ، لكن هذه القيم تتعرض للكثير من التغير في ظل التحديات و الرهانات المعاصرة التي تواجهها الأسرة بما فيها الأسرة الجزائرية من طرف مضامين وسائل الإعلام و من بينها الإشهار التلفزيوني،

هذا الأخير الذي يعمل على ترميط الحياة الأسرية، مع عدم مراعاة خصوصية القيم بالنسبة لكل مجتمع. حيث يستفيد المعلن من مكانة و خصوصية الأسرة في حياة الطفل، ليجعل من المواقف الحياتية اليومية داخل الأسرة موقف يقدم في إطاره المنتج من أجل إقناعه، و لأن الطفل لا يستطيع نقد المحتوى الإشهاري قد يجعل منه فريسة سهلة للمعلنين، فكل ما يلفت إنتباهه هو الموسيقى و ألوان... إلخ، لخلق علاقة طيبة بينه وبين السلعة، الأمر الذي سينعكس بصورة مباشرة على القيم الأسرية.

الفصل الثاني

التحليل السميولوجي للإشهارات التلفزيونية
الموجهة للطفل الخاصة بمنتجات الحليب.

تمهيد :

يعتمد المعلنون للتأثير على الطفل و برمجته لخلق حاجات يستوعبها عقله بطريقة لاشعوري، على إستثمار كل العناصر الإخراجية و الفنية التي ترتبط بالألوان و طريقة إنتقاط الصورة، وضعية المنتج، طريقة التغليف. و كذلك مخاطبة الغرائز الأولية من خلال القيم الأسرية التي تكون مرتبطة بالمنتجات الإستهلاكية، و بالتالي توجهه إلى الإستهلاك. كل هذه الرموز الأيقونية و الغير الأيقونية تحمل في طياتها دلالات لابد من التعرف عليها، لذلك خصصنا هذا الفصل لتحليل مجموعة من الومضات الإشهارية، التي تعرض على القنوات الخاصة الجزائرية الموجه للأطفال للتعرف على دلالات القيم الأسرية فيها.

المبحث الأول: طبيعة و أدوات الدراسة .

إن طبيعة موضوع الدراسة و المشكلة يستلزم تحديد خطوتين أساسيتين لضمان سيرها بصورة حسنة، و هما مجتمع البحث و عينته بالإضافة إلى منهج و أداة الدراسة كل هذا من أجل تتبع المشكلة و الحصول على المعلومات الكافية، و معرفة الأسباب التي أدت إلى وجود هذه المشكلة.

المطلب الأول: مجتمع البحث وعينة الدراسة.

❖ مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث: يقصد به البحث عن جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء كانت هذه المفردات بشر، أم مؤسسة، أم أنشطة تربوية، أو غير ذلك.¹

العينة: هي عبارة عن عدد محدد من المفردات، التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص، والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.²

و بما أن موضوع الدراسة، هو دلالات القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، فمجتمع البحث تمثل في جميع الومضات التي تبث في القنوات الخاصة، في كل من قناة النهار TV، وقناة سميرة TV، وقناة البلاد TV، و نظرا لصعوبة الإلمام بجميع الإشهارات التي تبث في كل من هذه القنوات، إعتدنا على عينة قصديه المتمثلة : في الومضات التي تقدم منتوج الحليب، وهي ومضة حليب milkospry، و حليب dadilait و حليب soumam، و حليب lovely .

¹ - سعيد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الأردن، 2015، ص43.

² - المرجع نفسه، ص77.

الفصل الثاني: التحليل السيميولوجي للإشهارات التلفزيونية الموجه للطفل الخاصة بمنتوج الحليب

وتعرف العينة القصدية بالعينة التي يقوم الباحث بإختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بإقتناء المفردات الممثلة أكثر، من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات.¹

المطلب الثاني : أدوات الدراسة .

❖ منهج البحث والأدوات المستخدمة :

يعرف المنهج: على أنه مجموعة، من الإجراءات، و الخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة.²

تستوجب هذه الدراسة الإعتماد على التحليل السيميولوجي الذي يمكننا، من تحليل الرسالة الإشهارية أي تحليل العناصر التعبيرية و الدالة (الصوت، الصورة)، من أجل الكشف عن دلالات القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، فإننا رأينا أن المنهج السيميولوجي هو أنسب منهج، خاصة أن الصورة الإشهارية تحمل العديد من الرموز و الدلائل.

I. المنهج السيميولوجي:

يعد المنهج السيميولوجي، من أهم المناهج النقدية المعاصرة التي وظفت لمقاربة جميع الخطابات النصية، ورصد كل الأنشطة البشرية بالتفكيك و التركيب و التحليل، و التأويل، بغية البحث عن آليات إنتاج المعنى، وكيفية إفراز الدلالة عبر مساءلة أشكال المضامين العميقة دلالة ومنطقا، ومن أجل فهم تعدد البنى النصية وتفسيرها على مستوى البنية السطحية تركيبا و خطابا.³

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010، ص 198.

² - مورييس أنجرس، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية)، دار القصة، ط2، الجزائر، 2004، ص36.

³ - جميل حمداوي، مدخل إلى السيميوطيقا السردية، د. ن، ط1، دم، 2015، ص ص 71، 72.

II. أداة الدراسة :

❖ **مقاربة رولان بارث:** لقد ركزت سيميولوجيا " رولان بارث " على مبحث الدلالة، فلا مفر للأبحاث المعاصرة في الحقول المعرفية من أن تخوض مباشرة في مسألة الدلالة، وبناء على ذلك فمقاربة بارث السيميولوجية مقارنة ضرورية لأن كل الوقائع و السلوكيات دالة.¹

ويقصد بالدلالة في اللغة: مشتقة من فعل (دل). دلالة و دلولة و دليلي (دل) إلى الشيء وعليه: أرشده وهداه.² فدلالة اللفظ هي هدايته إلى معناه و توجيهه إليه.³ أما اصطلاحاً: ذكر الشريف الجرجاني في (التعريفات)، الدلالة بقوله: " هي كون الشيء بحالة يلزم من العلم به العلم بشيء آخر، والشيء الأول هو الدال، والثاني هو المدلول.⁴

ويعتبر رولان بارث خير من مثل هذا الإتجاه، حيث تبنى مفهوم لويس هيلمسلف القائل بوجود طبقات من الدلالة الطبقة الأولى، هي **التعيين** في هذا المستوى توجد إشارة تتشكل من دال ومدلول، أما الطبقة **الضمنية** فهي الطبقة الدلالية الثانية، وهي تستخدم الإشارة التعينية (دال ومدلول) كدال وتضيف إليها مدلولاً إضافياً.⁵

والمقصود **بالدلالة** في هذه الدراسة: " التوضع في المستوى التعيني - التضميني للقيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل الجزائري، من أجل الكشف عن المعنى الحقيقي للدلائل اللغوية، و الأيقونية ."

نعتمد في هذه الدراسة على **مقاربة رولان بارث** حيث يقسم الرسالة البصرية إلى قسمين، الرسالة الأيقونية و التي تظم دالتين: (الدلالة التعينية، و الدلالة التضمينية)، والرسالة اللسانية، وهي تقوم على ثلاث مراحل بحثية متكاملة تتضمن هذه الدراسة :

¹ - عزيز عربوي، رولان بارث و سيميائيات الصورة الإشهارية ، ص 66. متاح على الرابط :

<https://www.asjp.cerist.dz/> . 10 / 15 / 12 / 2019 - 35 : 10.

² - المنجد الأبجدي، المرجع السابق، ص 144.

³ - خليفة بوجادي ، محاضرات في علم الدلالة مع نصوص و تطبيقات، بيت الحكمة، ط2، الجزائر، 2012، ص 19.

⁴ - الشريف الجرجاني ، معجم التعريفات، دار الفضيلة، د.ط، القاهرة، د.ت، ص 91.

⁵ - دانيال تشاندر، تر: طلال وهبة، أسس السيميائية، المنظمة العربية للترجمة، د.ط، بيروت، 2008، ص 237.

1- **الدراسة الشكلية** " الدلالة التعينية ": وتسمى أيضا بالدراسة التقنية Etude technique ويندرج هذا المحور الدراسي العام: أي الدراسة الشكلية بخطواتها الإجرائية، فيما يعرف سيميائيا بتحديد طبيعة الدليل.¹ و هي القراءة الأولية للصورة (المادة البصرية + الصوت) و التي تقوم الكاميرا بتسجيلها، و في هذه المرحلة يسجل الفيلم الإشهاري المراد تحليله، و يقطع تقطيعا لأن التقطيع أسلوب وصفي ضروري في التحليل:

أ- الخطوات المتبعة في عملية تقطيع الفيلم الإشهاري :

- شريط الصورة: ويتضمن العناصر التالية: رقم اللقطة، سلم اللقطة، زاوية التصوير، حركات الكاميرا، وصف مضمون اللقطة (السلعة ، الديكور ، الألوان ،الإضاءة ، الشخصيات..الخ).

- شريط الصوت : ويتضمن العناصر الآتية: ملاحظة الكلام والمؤثرات الصوتية .. الخ.²

ب- و الأسلوب الوصفي الثاني الذي إعتدنا عليه هو وصف للفيلم الإشهاري بحيث إختارنا مجموعة من اللقطات التي تخدم الدراسة، وإعادة وصفها بإتباع خطوات مقارنة رولان بارث للصورة الثابتة، و هي وصف الجو العام للقطات و الدراسة التبوغرافية، و الفوتوغرافية مع دراسة الألوان و الشخصيات، مع وصف شريط الصوت.

2- **الدراسة التأويلية:** أو الدلالة التضمينية connotation (قراءة المضمر) : و هي قراءة ما وراء الصورة الإشهارية و البحث عن الدلالات، فالتقنيات السينماتوغرافية التي تخص الصورة الإشهارية تعطي أبعاد وقراءات ثقافية لهذه الصورة المتحركة. ففي البحث عن الدلالة التضمينية نتساءل دوما، لماذا ؟ زاوية دون أخرى أو لقطة دون أخرى، لون معين عن غيره، إضاءة خاصة ، كل هذه التقنيات لها قراءات وتكون دائما قائمة على أسس ثقافية، فالتضمين هو النظام الثاني للفهم الأيديولوجي الإجتماعي.³

¹ -فايزة يخلف، **سيميائيات الخطاب والصورة**، دار النهضة، ط1، بيروت، 2012، ص ص120، 121.

² - سامية عواج، **خطوات تحليل الفيلم الإشهاري - من أسلوب تحليل المضمون إلى التحليل السميولوجي**، مجلة علوم

الإنسان والمجتمع، جامعة سطيف 2، الجزائر، ع(22)، مارس 2017، ص 341، 342.

³ - سامية عواج، **خطوات تحليل الفيلم الإشهاري - من أسلوب تحليل المضمون إلى التحليل السميولوجي**، المرجع

السابق، ص 342.

3- الدراسة الألسنية:

وهو المجال الذي يتم فيه دراسة علاقة الكلمة - الإرسالية اللغوية- بالمكون الأيقوني- الصورة، من خلال استقراء وظيفتي الترسيخ والمناوبة، يراد بالترسيخ الوظيفة السيميائية، التي تقوم بمقتضاها الرسالة الألسنية بمهمة تحديد جملة المدلولات المطروحة، في الصورة و توجيه منحى القراءة لخدمة دلالات بعينها¹. أما المناوبة فيسميها رولان بارث " رابطا "،² وتعني أن هناك تبادلا وظيفيا بين الصورة و الكلمة، و هذا يفيد عدم الفصل بين النص اللغوي (الإرسالية اللغوية المرافقة للصورة)، و بين المعطيات التي تمثلها الصورة.³

1 - فاييزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة، المرجع السابق، ص ص 122 ، 123.

2- ديفيد فيكتروف، المرجع السابق، ص 71.

3- فاييزة يخلف، سيميائيات الخطاب و الصورة، المرجع السابق، ص ص 122 ، 123.

المبحث الثاني : تحليل ومنافسة نتائج الدراسة .

إن الصورة الفيلمية تتشكل من خلال العناصر التعبيرية، التي يجب تفكيكها بداية لإجراء عملية التحليل، أي لابد من تحديد الوحدات الدنيا المؤلفة للفيلم من خلال التقطيع التقني، ثم تليها القراءة التضمنية و الألسنية، و التي ستمكننا من الوصول إلى نتائج الدراسة. و قد تم هذا التحليل خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر ماي إلى غاية شهر جويلية.

المطلب الأول: التحليل السميولوجي للدراسة.

I. تحليل إشهار ملكوسبراي " Milkospry " حسب مقارنة رولان بارث :

❖ **المستوى الوصفي :** إشهار حليب ميلكوسبراي، هو إشهار تلفزيوني جزائري يروج

لمنتج حليب ميلكوسبراي يبيث هذا الإشهار على قناة النهار TV، أنظر للملحق رقم (1).

1- **تعريف بالمرسل:** عدم توفر معلومات عن مؤسسة ميلكوسبراي.

2- **شعار الومضة:** مع ميلكوسبراي أربح صحتك.

3- **فكرة الومضة:** يقوم هذا الإشهار بالترويج لمنتج حليب ميلكوسبراي، إنطلاقا من تصوير أسرة نووية تتكون من أب و أم و الولد و البنت مجتمعين، حول مائدة الإفطار بحضور حليب ميلكوسبراي في جو يملئه الفرح و السرور.

4- **تعليق الإشهار:** اليوم جيت نحكيلكم على بابا، بابا هو الهائل في قاع العالم، بابا هو سوبرمان ديالي، بابا هو الذكي دايمن، بابا يحافظ بزاف على صحة نتاعي، و يشريلي حليب ميلكوسبراي (تعليق بصوت الممثلة البنت).

حليب ميلكوسبراي الجودة من مزارع نيوزيلندا، غني بالفيتامينات الضرورية للجسم يقوى المناعة، وذو طعم لذيذ، مع ميلكوسبراي أربح صحتك.

ميلكوسبراي جبلتنا مفاجئة، شاركوا في طومبولا ميلكوسبراي تقدر تربحوا فيها جوائز قيمة رائعة 20 عمرة، 20 رحلة إلى تركيا، 100 برطابل، تابلات، أبعث قصاصات من علبة أو كيس ميلكوسبراي، و إرسالها إلى العنوان التالي (تعليق المعلقة)، معالاباليش يخلوني نشارك ولا لا لا (الممثلة البنت).

❖ المستوى التعيني:

- التقطيع التقني للفيلم الإشهاري:

تم أخذ أهم اللقطات التي تخدم هذه الدراسة، و المتمثلة في دلالة القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل، حيث تم إختيار تسعة لقطات، من هذا الإشهار للقيام بتحليلها سيميولوجيا حسب مقارنة رولان بارت.

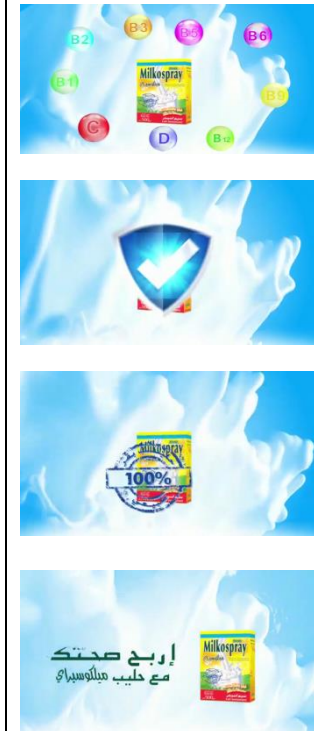
الجدول رقم (1): التقطيع التقني لومضة حليب ملكوسبراي " Milkospry " .

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	الموسيقى الموضفة	الجو العام	حركة الكاميرا	زاوية اللقطة	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
//	اليوم جيت نحكيكم على بابا..	موسيقى هادئة	بنت ترتدي قميص بلون الأصفر تجلس على كرسي و أمامها طاولة مستديرة الشكل فوقها منها أدوات الرسم.	حركة ثابتة	زاوية عادية	لقطة مقربة	4ثا	01



02		2ثا	لقطة أمريكية	زاوية منخفضة	حركة ثابتة	الأب يحتضن ابنته و هي عائدة من المدرسة.	موسيقى هادئة	بابا هو الهائل في قاع العالم...	//
04		4ثا	لقطة الجزء الصغيرة	زاوية منخفضة	حركة ثابتة	الأب يحمل ابنته على رقبته	موسيقى هادئة	/	//
06		3 ثا	لقطة الجزء الصغير	زاوية عادية	حركة ثابتة	الأب يحمل قلم بيده اليمنى يجلس بجانب ابنته وهي ترسم فوق طاولة مستديرة الشكل و يظهر في الخلف الأم تجلس مع ابنها في المطبخ	موسيقى هادئة	بابا هو الذكي دائما..	//
07		6 ثا	لقطة مقربة	زاوية عادية	حركة ثابتة	بنت ترتدي قميص بلون الأصفر تجلس على كرسي أمامها مائدة مستديرة الشكل فوقها أدوات الرسم و تظهر في الجهة اليسرى يد الأب يضع علبة الحليب.	موسيقى هادئة	بابا يحافظ بزاف على صحة نتاعي و يشرب حليب ملكوسبراي..	//

08	ثا	2	لقطة عامة	زاوية عادية	حركة بانوراميه من اليسار إلى اليمين	لعائلة مجتمعة حول مائدة الإفطار حيث تعطي الأم ابنها قطعة من الحلويات و يسكب الأب لابنته الحليب.	موسيقى هادئة	//	//
09	1 ثا		لقطة مقربة	زاوية عادية	حركة ثابتة	تظهر علبة المنتج مع الفيتامينات التي يحتوي عليها في شكل دائرة صغيرة.	موسيقى هادئة	حليب ميلكوسبراي الجودة من مزارع نيوزيلندا غني بالفيتامينات الضرورية للجسم يقوي المناعة و ذو طعم لذيذ مع ميلكوسبراي	//



اللقطة رقم: (01).

أ- **المستوى التعيني** : تُظهر لنا هذه اللقطة بنت تجلس على كرسي تضع قبضة يديها على حافة الطاولة التي يظهر جزء منها، إذ نلاحظ فوقها كراس للرسم مع وجود أقلام خشبية للتلوين. أما بخصوص الدراسة التبوغرافية المتعلقة بالنص المرافق للصورة في هذه اللقطة لا نلمس أي نص مكتوب. و بالنسبة للدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة من اللقطات الحكائية، و هي لقطة مقربة حيث تم تصوير البنت من رأس إلى الصدر، أما زاوية التصوير فتم إنقاطها بزاوية عادية على مستوى النظر بحركة كاميرا ثابتة. وفيما يتعلق بجدلية الضوء والظل تم توظيف إضاءة أمامية مركزة على وجه البنت دون شيء آخر مع إهمال الخلفية. و ما يتعلق بالمدونة اللونية لهذه الصورة نجد أن اللون الأصفر هو اللون الغالب في هذه اللقطة، إذ يظهر في القميص الذي ترتديه البنت، وفي حلقة الأذنين و ربطة الشعر بالإضافة إلى اللون الأخضر الذي يظهر كأحد ألوان ربطة الشعر و براية الأقلام و اللون الأبيض يظهر في لون الكرسي والمائدة وصفحات كراس الرسم و اللون الأزرق الفاتح، البرتقالي يظهر في لون الأقلام الخشبية. و فيما يخص الشخصيات تم توظيف شخصية مشهورة "أروى مهراوي" و هي ممثلة و مغنية جزائرية ، في مرحلة الطفولة بلباس عصري متمثل في قميص مع تسريحة شعر عصرية. وأما شريط الصوت جاء التعليق بصوت البنت بنبرة توحى بالحب و الدلال والإعجاب بوالدها، في حين نجد الموسيقى التي رافقت الومضة من بدايتها إلى نهايتها تمثلت في موسيقى الغلاف، هو النوع الذي لا يشترط أن يكون معبرا عن مضمون الرسالة الإشهارية¹، وفيما يخص المؤثرات الصوتية فإنها لم توظف في هذه الومضة.

ب- **المستوى التضميني**: هذه الصورة تتضمن العديد من الدلالات فمن خلال ظهور البنت وهي تجلس على كراسي و أمامها طاولة فوقها أدوات للرسم يدل على أنها تزاول الدراسة

¹ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص96.

بالمدرسة، كما تدل وضعية يدين البنت وهي مضمومة على قوة العلاقة مع والديها، وهذا ما تأكده الرسالة الألسنية " اليوم جيت نحكيلكم على بابا.."، أما تواجد أدوات الرسم فوق المائدة دليل على الإبداع وعلى أن المنتج جديد يتميز بخصائص جديدة، عن منتجات الحليب التي تحمل علامة تجارية أخرى. وفيما يخص اعتماد اللقطة المقربة إلى الصدر إستعملت لأنها تساهم في إظهار تفاصيل وجه الشخصية و إنفعالاتها و بهدف خلق علاقة بين المشاهد والشخصيات الظاهرة في الإشهار أين يشعر المشاهد نفسه و كأنه موجود معهم¹، والتي جاءت بزاوية عادية لأنها تحاول نقل المتلقي إلى هناك ليعيش تلك اللحظات، مع إستخدام حركة كاميرا ثابتة من أجل إدخال المتفرج في جو ثابت لفهم مغزى الصورة. كما تدل الإضاءة الأمامية المُسلطة على وجه البنت "أروى مهراوي" مع تظليل الخلفية، على أن المنتج المعلن عنه (حليب ميلكوسبراي) هو منبع النور الذي يقوم بإضاءة كل أماكن تواجد المتلقي،² مما يوحي بجودة المنتج و على تقديم معلومات واقعية عنه و بالتالي إستدعى الأمر التركيز على مقدم المنتج³ (البنت)، وبحكم أنها مشهورة (يوتيوبر) تم تسليط الضوء عليها لإقترانها بالمنتج. و فيما يتعلق بالمدونة اللونية نجد أن اللون الأصفر هو اللون الطاعي ويرمز في أغلب الأحيان إلى النور والإشعاع لإرتباطه بالشمس، فهو لون يرمز إلى السرور و الإبتهاج.⁴

ولأنه يلزم لبس لون ثوب معين لتدعيم جودة العلامة التجارية،⁵ لذا لم يكن توظيفه إعتباطيا، في لباس البنت بل لجسد صورة علبة المنتج، و لترسيخ العلامة التجارية في

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص365.

² - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 142.

³ - المرجع نفسه، ص176.

⁴ - نور الدين حليم، أنماط الخطابات الإشهارية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في اللغة و الأدب العربي، كلية الآداب و اللغات، قسم اللغة و الأدب العربي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص83.

⁵ - أمينة رقيق، بلاغة الخطاب المكتوب دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في علوم اللسان العربي، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغات، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2013، ص239.

ذهن المُشاهد وفي الثقافة العربية يرمز إلى التخصص والتميز،¹ أما اللون الأخضر يرمز في الثقافة العربية إلى الجنة و جلب الحظ،² و يتجلى ذلك في قوله تعالى: ﴿مُتَكَبِّرِينَ عَلَى رَفْرَفٍ خُضْرٍ وَعَبْقَرِيٍّ حِسَانٍ﴾³، و يرمز في الثقافة الجزائرية إلى النجاح و حسن العاقبة و يتجلى ذلك في العبارة المأثورة " الله يجعلها خضرة من قدامك من وراك"،⁴ أما اللون الأبيض فيدل على الصباح المفرح كما يدل على نقاء و صفاء المنتج وهو من الألوان المحببة إلى نفوس، المسلمين حيث أن الحجاج يرتدون اللباس الأبيض عادة أدائهم مناسك الحج والعمرة،⁵ الثقافة الجزائرية يدل على طيبة القلب في قولهم فلان قلبه أبيض،⁶ أما اللون الأزرق لون هادئ يرمز في المورث الثقافي العربي إلى الراحة والسكينة فهو لون البحر في حالة هدوء ولون السماء في حالة صفاءها⁷، و اللون البرتقالي يرمز إلى الدفء والإنجذاب.⁸ و فيما يخص الشخصيات إعتد المصمم على إستغلال الومضة بطفلة في عمر 10 سنوات،

¹ - فائزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية - دراسة تحليلية سميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الإفريقية-، رسالة لنيل الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 1996، ص233.

² - ليندة خديجة هادف، دلالة العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني - دراسة تحليلية سميولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 184.

³ - سورة الرحمن، الآية (76).

⁴ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 184.

⁵ - عبد الرحمن عمار، الصورة و الرأي العام السلطة الخامسة - دراسة سميولوجية-، دار بغداد، د.ط ، الجزائر د.ت، ص 74.

⁶ - فائزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الإنفتاح الإقتصادي - دراسة تحليلية سميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية-، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص238.

⁷ - فائزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص233.

⁸ - عبد الله ثاني قدور، سيميائية الرسالة الإشهارية وإستراتيجيات التواصل إشهار Bledilait، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران 1، ع (22)، فيفري 2018، ص6. متاح على الرابط :

و التي ترمز إلى المستقبل و الأمل و البراءة بلباس عصري و تسريحة شعر عصرية مما يوحي بالتحضر و الأناقة.

ج- الرسالة الألسنية: جسدت الرسالة الألسنية في علاقتها، مع الصورة وظيفة المناوبة فقد تمثلت في تدارك قصور الصورة، حيث تم إستهلال الومضة ببنت تجلس على كرسي و أمامها مائدة فوقها أدوات الرسم، لذلك جاءت الرسالة الألسنية لترجم وتوضح الصورة أكثر وتمثلت الرسالة الألسنية في هذه اللقطة في كلام البنت و هي تقول "اليوم جيت نحكيكم على بابا"، مما ساهم في أداء وظيفة المناوبة.

اللقطة رقم: (02).

أ- المستوى التعيني: تظهر لنا هذه اللقطة نفس البنت وهي عائدة من المدرسة رفقة والديها حيث تبدو ملامح الفرح والسرور بادية على وجههم، إذ نلاحظ أن الأب يضع يده اليمنى على كتف إبنته في حين يده اليسرى تمسك بيد إبنته ويضع رأسه على رأسها، كما نلاحظ على جهة اليمين بنايات وعلى اليسار مجموعة من السيارات المارة. أما بالنسبة للدراسة التبوغرافية تتعدم في هذه اللقطة بسبب إنعدام وجود النص فيها، وفيما يخص الدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة من اللقطات الحكائية تمثلت في اللقطة الأمريكية حيث تم تصوير الأب و إبنته من الرأس حتى الفخذين، أما زاوية التصوير فكانت منخفضة بحركة كاميرا ثابتة. وما يتعلق بجدلالية الضوء والظل تم توظيف إضاءة طبيعية، و بخصوص دراسة الألوان نجد أن الأسود هو اللون الطاعي الذي يظهر في كل من المعطف الذي ترتديه البنت و الأب وفي سروال الجينز الذي يرتديه الأب، بالإضافة إلى وجود اللون الأزرق المتمثل في لون قميص الأب و كأحد ألوان المحفظة، واللون الوردي ظهر في منزر البنت و المحفظة و ربطة الشعر. وفيما يخص الشخصيات تمثلت في شخصية الأب في مرحلة شبابية و بلباس عصري متمثل في معطف وقميص وسروال جينز مع إبنته التي ظهرت بتسريحة شعر عصرية وتضع فوق رأسها ربطة شعر على شكل تاج وترتدي معطف ومنزر وتحمل على ظهرها محفظة. وفيما يخص شريط الصوت كان التعليق بنفس

الصوت والمتمثل في صوت البنت ونفس الموسيقى، مع إنعدام المؤثرات الصوتية كما هو موضح في اللقطة السابقة.

ب- المستوى التضميني: هذه الصورة تتضمن العديد من الدلالات والمعاني، حيث أن إظهار البنت بالمتنر والمحفظة دلالة على طلب العلم،¹ وهي قيمة أساسية لأفراد المجتمع على إختلاف مستوياتهم الإقتصادية، و الإجتماعية، وما زال التعليم قيمة يتم غرسها من خلال عملية التنشئة الإجتماعية بالرغم من المعوقات التي تعلن عن نفسها في مجال التعليم، إذ أنها لم تتغير رغم التوجه نحو التعليم الأجنبي و الخاص و الذاتي.² و تصويرها خارج البيت يدل على الحرية وبعد تطبيق مقياس روكيش للقيم على المجتمع الجزائري، تبين من الدراسة التي قام بها **عبد الحفيظ مقدم** التي تحمل نظام القيم السائد في المجتمع الجزائري، أن قيمة الحرية جاءت في المرتبة الثانية من حيث الأهمية و إهتمام الإنسان الجزائري بالحرية. يمكن أن يكون متأثر بعدة عوامل إبتداء من التحرر من القيود و الاضطهاد الإستعماري إلى الشعور بحرية تحقيق الذات،³ و هي قيمة إنسانية عالمية ومطلب ملح جاءت كمطلب من مطالب البيان العالمي لحقوق الإنسان 1945، كما أن الإسلام جاء داعيا للحرية حيث يقول **عمر ابن الخطاب** « متى إستعبدتم الناس، وقد والدتهم أمهاتهم أحرار،»⁴ و لأن علاقة البنت بالعالم الخارجي لم تكن تتعدى حدود الإطار العائلي،⁵ لذلك تم تصويرها رفقة والديها و هذا يدل على قيمة الحماية و الإهتمام و هي قيمة من قيم الأسرية خاصة و نحن نشهد في الآونة الأخيرة ظاهرة إختطاف الأطفال، وطريقة إمساكه ليد إبنته تدل على أنه سند لها في هذه الحياة و أنه لن يتركها.

¹ - ليندة خديجة هادف، المرجع السابق، ص128.

² - سلوي السيد عبد القادر ، أحمد إبراهيم عباس، المرجع السابق، ص233.

³ - فايزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق، ص 152 - 154.

⁴ - بسمة فنور، المرجع السابق، ص 150.

⁵ - أحمد عبد الكريم بن بعطوش، تحول العلاقات الأسرية في مجال الدور والسلطة دخل الأسرة الجزائرية، مجلة العلوم

الإنسانية و الإجتماعية، جامعة باتنة، مج(1)، ع(09)، ديسمبر 2012، ص 76. متاح على الرابط: <http://revues.univ-ouargia.dz>

. 21: 00 - 2020 / 05 / 25 . <https://ouargia.dz>

ووضعه لرأسه على رأس إبنته بتلك الوضعية تدل على الحنان والعطف والحب وهو قيمة من القيم الأسرية ومن القيم النهائية التي حددها روكيش الذي يعتبر، من أول الذين قاموا بإجراء بحوث القيم لاستخدامها للأغراض الإشهارية وتضمنت قائمة روكيش قيم إنسانية منها قيمة الحب وهي ثاني قيمة،¹ المتمثلة في رعاية الصغير وإعطائه حقه من الحب والتوجيه والتعليم و هي قيمة حث عليها الدين الإسلامي،² فالحق للأبناء على آبائهم إفاضة روح الحب و الحنان عليهم فالطفل يحتاج إلى الرعاية النفسية و الحب و الحنان الأبوي كما يحتاج إلى الحليب والدواء والثياب،³ و قد يتجسد ذلك في تقبيله، أو مداعبته، أو قضاء وقت ممتع معه فعن أبي هريرة رضي الله عنه قال : إنه صلى الله عليه وسلم > قَبَلَ الحَسَنَ بن علي، وعنده الأقرع حابس التميمي جالسا فقال: الأقرع لي عشرة أولاد ما قبلت منهم أحدا فنظر إليه الرسول صلى الله عليه وسلم، ثم قال: من لا يَرْحَمَ لَا يُرَحَمَ >.⁴

و يقودنا الحديث عن العلاقة بين الآباء والأبناء بالضرورة إلى إبراز العلاقة بين الأب و إبنته في الأسرة الحديثة، خاصة أنها كانت تتسم في العائلة التقليدية بالطاعة و الإحترام، حيث أصبحت تتسم هذه العلاقة في الأسرة الحديثة بالمرونة والتقبل والتشجيع من طرف الأب على مواصلة التعليم، وهذا التسامح الذي أظهره الأب إتجاه إبنته لا يعني قطع

¹ - سميرة سطوطاح، دور وسائل الإعلام في تشكيل القيم التربوية داخل الأسرة الجزائرية، المرجع السابق، ص308.

² - إسماعيل عبد الحافظ العبسي، دلالة البناء القيمي في قوة وضعف الدراما التلفزيونية العربية- دراسة تحليلية مقارنة أنموذج مصر، سورية/ اليمن، الجزائر-، مجلة الدولة للإتصال الإجتماعي، جامعة المستقبل، دم، مح(04)، ع(19)، 2017، ص179. متاح على الرابط: <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/9246> . 30 / 05 / 2020 - 18 : 00 .

³ - أحمد عبد الكريم بن بعطوش، المرجع السابق، ص76.

⁴ - سامية حمريش، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري- دراسة ميدانية بمدينة باتنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع الديني، كلية العلوم الإجتماعية والإسلامية، قسم علم الإجتماع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص 195.

الصلة بين القيم التقليدية و المعاصرة ولكن المزج بينهما.¹ وبالنسبة لتوظيف اللقطة الأمريكية ذلك لأنها تضع المتفرج في علاقة حميمية مع الممثلين،² و التي تم تصويرها من زاوية منخفضة، لأنها ترتبط بفكرة التعظيم و الهيبة،³ التي منحها المعلن للأب و حركة الكاميرا الثابتة ساهمت في نقل المشاهد إلى جو الصورة. كما توحى الإضاءة الطبيعية على أن المنتج يوفر فعلا فعالية طبيعية.⁴

و فيما يخص دلالة الألوان نجد أن اللون الطاعي اللون الأسود الذي يعطي الإحساس بالقوة،⁵ و الأسود في ثقافتنا يوحي إلى أهل الصرامة و القوة و الصلابة، على رغم من أن الأسود يحمل عدة معاني سلبية⁶ كما جاء في قوله تعالى: ﴿يَوْمَ تَبْيَضُّ وُجُوهٌ وَتَسْوَدُّ وُجُوهٌ فَأَمَّا الَّذِينَ اسْوَدَّتْ وُجُوهُهُمْ أَكْفَرْتُمْ بَعْدَ إِيمَانِكُمْ فَذُوقُوا الْعَذَابَ بِمَا كُنْتُمْ تَكْفُرُونَ﴾.⁷ أما اللون الأزرق يوحي إلى كل ما هو رفعة و سمو.⁸ و الذي كان في ملابس

¹ - أمال بن عيسى، طبيعة القيم في الأسرة الجزائرية وعلاقتها بقانون الأسرة الجزائري، مجلة المعيار، جامعة غرداية، مج (09)، ع(01)، د.ت، ص ص 334، 335. متاح على الرابط: <https://www.asjps.cerist.dz> . 06 / 06 / 2020 - 12:00 .

² - إبتسام مركيش، الدلالة الرمزية للأفلام السينمائية الجزائرية حول الهجرة غير الشرعية - تحليل سيميولوجي لفيلم حراقة للمخرج مرزاق علوش-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017، ص 353 .

³ - الزهرة بريك، خصائص اللغة السمعية البصرية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الإتصالية، جامعة الجزائر 3، مج (05)، ع(10)، جوان 2017، ص 19. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz> . 08 / 06 / 2020 - 18:00 .

⁴ - عبد النور بوصابة، مقاربة لترجمة دلالات الإشهار التلفزيوني - تحليل سيميولوجي لنموذج ومضة إشهارية-، مجلة الإشعاع، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ع(08)، جوان 2017، ص 387. متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz> . 18 / 05 / 2020 - 23:00 .

⁵ - مليك زعلان، المرأة في الخطاب الإشعاري بين اللغة والصورة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في اللسانيات وتحليل الخطاب، معهد كلية الآداب والعلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة باجي مختار، غنابه، 2010، ص 220.

⁶ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 160.

⁷ - سورة آل عمران، الآية (106).

⁸ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 204.

الأب حيث يدل على مكانته في الأسرة و الأمان الذي يقدمه لها من خلال إستهلاك هذا المنتج. ويُشير في كل الثقافات إلى السعادة فهو رمز الحياة الوردية و في اللباس رمز الأنوثة الشباب وهي فكرة موجودة في المجتمع الجزائري.¹ و فيما يخص الشخصيات تم توظيف الأب كرمز للسلطة، و الذي ظهر في دور الأب الحنون و المسؤول عن أولاده بلباس عصري تمثل في معطف و قميص وسروال جينز، رفقة إبنته التي ظهرت بلباس عصري و بلون شعر أسود وتسريحة عصرية مما يوحي بالتحضر و تطور من حيث طريقة اللباس.

ج- الدراسة الألسنية: ظهر مدلول الرسالة الألسنية بشكل واضح وهو ما جعلها تساهم في تحقيق وظيفة الترسيخ، من خلال ترجمة وتدعيم صورة الأب رفقة إبنته بالرسالة الألسنية، التي تمثلت في شكل رسالة شفوية في قول البنت " بابا هو الهائل في قاع هذا العالم..."، و التي تدل على إعجابها بوالدها و على أنه قدوة لها.

الملقطة رقم: (04)

أ- المستوى التعيني: تُظهر لنا هذه الصورة الأب يحمل إبنته على رقبته في جو يملئه الفرح والسرور إذ نلاحظ في هذه الصورة ظهور إحدى جدران المنزل، مع وجود أشجار خضراء في الجهة اليمن و شجرة في الخلف، أما بالنسبة للدراسة التوبوغرافية تتعدم لإنعدام وجود النص فيها، و ما يخص الدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة من اللقطات التي تصور الديكور المتمثلة في لقطة الجزء الصغير حيث تم إنقاطها بزاوية منخفضة و حركة كاميرا ثابتة، و فيما يتعلق بجدلية الضوء الظل نجد أن الإضاءة التي وظفت إضاءة طبيعة، وما يتعلق بدراسة الألوان يظهر لنا في هذه اللقطة اللون الأصفر المتمثل في قميص الذي ترتديه البنت اللون الأبيض في لون السروال و اللون الرمادي والأسود يظهر في حذاءها و اللون الأزرق يظهر في قميص الأب واللون الأخضر يظهر في لون الأشجار. و فيما يخص الشخصيات نلاحظ ظهور نفس الشخصيات التي ظهرت في اللقطة الثانية المتمثلة

¹ -فايزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق، ص 253.

في شخصية الأب الذي ظهر بنفس اللباس أما البنت فظهرت بلباس منزلي " بيجامة " وفيما يتعلق بشريط الصوت نلاحظ غياب التعليق في هذه اللقطة، مع الإبقاء على نفس الموسيقى و إنعدام المؤثرات الصوتية.

ب- **المستوى التضميني:** هذه الصورة تتضمن العديد من الدلالات و المعاني حيث يدل حمل الأب لابنته على رقبته على اللعب وهذه الطريقة من اللعب متعارف عليها في الأسر الجزائرية، لذلك جسدت هذه اللقطة عادة من عادات المجتمع الجزائري، كما أنها تعكس لنا القوة والنشاط و الحيوية التي يمنحها المنتوج. ويدل ظهور أحد جوانب جدران المنزل والأشجار على تواجد الأب و ابنته في حديقة المنزل في حين أن الأشجار تشير إلى النمو الصحي الذي يمنحه المنتوج بالإضافة إلى الجوانب الطبيعية المستوحى منها، كما يمكن هنا الإستدلال على القيمة المادية و التي تتجسد في الإعلان الذي يُظهر صورة غير واقعية عن عالمنا حيث لا مشاكل ولا معاناة صورة عن الحياة التي ينبغي أن نعيشها حياة مملوءة بالراحة المادية وهي قيمة تحت على الإستهلاك،¹ و التي تتجلى من خلال طريقة لعب الأب مع ابنته و علامات الفرح و الابتسامة الظاهرة على وجه البنت. و فيما يخص الإعتماد على لقطة الجزء الصغيرة وظفت لإظهار البطل في سياقه الإجتماعي،² حيث تمثل البطل في (شخصية الأب) و بزواية منخفضة لأنها ترتبط بفكرة التعظيم والهيبة،³ بحركة كاميرا ثابتة لإدخال المتفرج في جو ثابت لفهم مجريات الصورة، مع توظيف الإضاءة الطبيعية التي أعطت الإحساس بطبيعية الصورة، و فيما يتعلق بدلالة الألوان نجد اللون الأصفر كذلك اللون الأزرق و الأخضر والأسود وقد تم تحليل دلالاتها في اللقطات السابقة، في

¹ - سامية عواج، التغيير القيمي في المجتمع من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc " نموذجا، المرجع السابق، ص 497.

² - سميرة سطوطاح، دور وسائل الإعلام في تشكيل القيم التربوية داخل الأسرة الجزائرية، المرجع السابق، ص 308.

³ - الزهرة بريك، المرجع السابق، ص 19.

حين اللون الرمادي يرمز إلى التداخل النفاق و الضبابية.¹ وبخصوص الشخصيات نلاحظ ظهور نفس الشخصيات التي ظهرت في اللقطة الثانية و التي تم الإستدلال عليها.

ج- الرسالة الألسنية: هذه الصورة لم ترافقها أي رسالة ألسنية سواء كانت مكتوبة أو شفوية وهذا دليل على أن الصورة تؤدي وظيفة المناوبة، حيث تنوب الصورة على الرسالة الألسنية.

اللقطة رقم: (06)

أ-المستوى التعيني : نُظهر لنا هذه اللقطة ظهور نفس البنت بنفس اللباس الذي ظهرت به في اللقطة الأولى، و هي تجلس على كرسي و أمامها طاولة مستديرة الشكل فوقها أدوات للرسم وهاتف محمول، تحمل في يدها اليمنى قلم للتلوين وتستدير بوجهها إلى والدها، الذي يضع يده اليسرى على الطاولة وهو ينظر إلى رسم إبنته ويحمل في يده اليمنى قلم، وإذ نلاحظ في الخلفية الأم وهي تتبادل أطراف الحديث مع إبنتها يجلسان في مطبخ عصري مجهز بأدوات كهربومنزلية وأواني من الزجاج مع وجود علبة حليب ميلكوسبراي على طاولة المطبخ . وبخصوص الدراسة التبوغرافية المتمثلة في النص المرافق للصورة تمثلت في إسم العلامة الموجودة في أعلى علبة المنتج وبحكم تسليط الضوء على الأب و إبنته لم نتمكن من ملاحظتها بشكل واضح.

وبالنسبة للدراسة الفوتوغرافية، فإن هذه اللقطة من اللقطات التي تصور الديكور لقطة الجزء الصغير، أما زاوية التي تم إلتقاط بها الصورة تمثلت في زاوية عادية و كاميرا ثابتة، وفيما يتعلق بجدلية الضوء والظل تم المزوجة بين الإضاءة الطبيعية المنبعثة من النافذة و الإصطناعية التي تمثلت في الإضاءة المنزلية . و فيما يخص دراسة الألوان نجد اللون الأبيض هو اللون الغالب المتمثل في لون الطاولة وقميص الذي يرتديه الأب، بالإضافة إلى اللون الأصفر الذي يظهر في قميص البنت وقلم التلوين و علبة المنتج و اللون الأحمر في قميص الإبن واللون الرمادي في لباس الأم. و فيما يخص الشخصيات تمثلت في شخصية

¹ - نور الدين حليم، المرجع السابق، ص 83.

الأب و الأم الطفل و الطفلة كأسرة عصرية، و بخصوص الشريط الصوت فإن الوحدات التركيبية المتعلقة بالشريط كانت مماثلة للقطعة السابقة .

ب- **المستوى التضميني:** هذه الصورة تتضمن العديد من الدلالات والمعاني، فمن خلال ظهور البنت وهي تجلس بجانب والدها وترسم في حالة إنسجام مع والدها، دلالة على أن الأب صديق لابنته و تعرف هذه العلاقة بعلاقة أوديب، و التي تتمثل في عملية إغراء الطفل لوالديه من الجنس الآخر،¹ و هذا ما يمثل قيمة الصداقة و هي أحد المطالب الحياتية للإنسان و أحد المجالات التي تسهم في إشباع الجانب النفسي، كما أن الصداقة كقيمة تعبر عن علاقة تبادلية تعتمد على الأخذ والعطاء بين أطرافها،² و عن طريقها يشعر الفرد باللذة وغالبا ما تؤثر في شخصية الفرد.³

فالأب يضع نفسه في موقف الأب الصديق الذي يشجع أبناءه بعدما كان في موضع التسلط،⁴ وهذا ما يظهر واضحا من خلال الحوار الذي يدور بين الأب و ابنته والذي يوحي بقيمة مهمة ألا وهي قيمة الحوار، و هي أحد أهم الأساليب الحكيمة والحضارية في الإتصال و التواصل بين الأفراد وتهدف إلى إفصاح كل طرف عما لديه من أفكار وأراء ليتم مناقشتها،⁵ كما جاء في المثل الشعبي "خوذ رأي الكبير إذا ما ربحت تخرج على خير" غالبا

¹ - Lauranne Daniel، ، op ، cit ,p20 .

² - سلوي السيد عبد القادر أحمد عباس إبراهيم، المرجع السابق، ص 203.

³ - مليكة بن سعدية، القيم الدينية الإسلامية المبلغة في البرامج التلفزيونية لقنوات الأطفال - تحليل مضمون برنامج قناة نون، قناة تلفزيون ج نموذجاً-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، كلية الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2015، ص 98.

⁴ - وسيلة بويعلي، صورة فرج الله، مداخلة في الملتقى الوطني الثاني: الصراع حول القيم الإجتماعية في الأسرة الجزائرية - دراسة إستطلاعية على عينة من المراهقين بثانوية محمد العربي بن مهدي بسكرة-، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 10/9 /أفريل/2013، ص6. متاح على الرابط :

<http://manifest.univ-ouargla.dz/en/> . 16 / 06 / 2020 - 16 : 16 .

⁵ - سامية حمريش، المرجع السابق، ص 209 .

ما يطلق هذا المثل على الأب الذي يمثل الدعامة والركيزة بالنسبة للأولاد،¹ وهذا ما تتميز به الأسرة النووية . وفي هذه اللقطة تظهر لنا أسرة تتكون من أم، وأب و بنت وولد نفهم من خلالها بأنه توجه صريح نحو الأسرة النووية و الإنقطاع عن العائلة الكبيرة ، التي لا تلتقي إلا في المناسبات النادرة و القليلة،² وعدد الأطفال الذي يظهر في هذه الأسرة يدل على القيمة الإنجابية التي تغيرت تحت تأثير عوامل عديدة حيث أصبحت الأسرة الجزائرية لا تفضل إنجاب أطفال كثيرين فلم تعد قوة الأسرة في عدد أفرادها، إنما بقوة أفرادها ومكانتهم في المجتمع.³ فالأسر أصبحت مكانتها الإجتماعية تقاس على ما تمتلكه من لباس و سيارات وتجهيزات منزلية..الخ، وهذا ما تم توظيفه في هذه اللقطة حيث أن المطبخ العصري المجهز بالأدوات الكهرومنزلية الذي يظهر كخلفية يشير، إلى قيمة التميز الطبقي حيث تعرض الإعلانات أسلوب حياة الطبقات العليا من خلال ملابس الشخصيات الفاخرة وخلفية الديكور التي تعكس المستوى الإجتماعي و الإقتصادي المرتفع ، والتركيز في معنى الإعلان على أن الأفراد بشرائهم سلعة محل الإعلان ينتقلون إلى مستوى إجتماعي أعلى،⁴ وبخصوص توظيف المصمم للألم و الإبن في المطبخ لترسيخ فكرة أن الرجل يمكنه القيام بالأعمال المنزلية ، و مساعدة المرأة بما أنهما يخرجان للدراسة معا ويعملان معا فلما لا يتقاسمان الأعباء المنزلية، وهذا دليل على أن إختيار هذه اللقطة لم يكن إعتباطيا بل لتغير الصورة النمطية التي ترفض تقاسم الأعباء المنزلية و إن تقاسمها مع المرأة يعتبره المجتمع انتقاصا من رجولته،⁵ وفيما يتعلق بالإعتماد على لقطة الجزء الصغير إستعملت لتقديم الأسرة في جو درامي يملئه الفرح و التفاعل بزواوية عادية لإحساس بواقعية الصورة ، بحركة

¹ - غنية عابي، الدلالات الإجتماعية في الأمثال الشعبية منطقة أولاد عدي لقبالة نموذج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير

في الأدب العربي، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة و الأدب العربي، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2015، ص42.

² - بسمة فنور، المرجع السابق، ص 157.

³ - حسان تريكي، المرجع السابق، ص 99.

⁴ - سامية عواج، التغير القيمي في المجتمع من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc " نموذج ، المرجع

السابق، ص503.

⁵ - بسمة فنور، المرجع السابق، ص158.

كاميرا ثابتة لإدخال المشاهد في جو الصورة ليتعرف على كل جوانبها و توظيف الإضاءة الطبيعية المنبعثة من النافذة تشير إلى وقت الصباح و على دفء العلاقة بين أفراد الأسرة و الإصطناعية وظفت لتعرف على ملامح الشخصيات. وفيما يتعلق بدلالة الألوان نجد اللون الأصفر الذي تم توظيفه على علبة المنتج يدل على القيمة و المكانة العالية التي يحتلها المنتج، بما أن اللون الأصفر لون الشمس التي تمتاز بموقعها المرتفع التي تشع في البيوت و تبعث بالدفء، واللون الأحمر الذي يظهر في لباس الطفل وأسفل علبة المنتج يرمز إلى الحيوية والحب،¹ وفي الثقافة العربية يرمز إلى الثروة والدم،² ولون الأسود و الأبيض و الرمادي تم الاستدلال عليهم في اللقطات السابقة. و فيما يخص الشخصيات تظهر لنا أسرة نووية جزائرية بنمط حياة غربية، حيث تظهر هنا الأم كرمز للحنان والعطف في صورة المرأة المتحضرة من ناحية اللباس وتسريحة الشعر، أما من ناحية التعامل فتظهر بصورة النمطية للمرأة الجزائرية التي تميل إلى الطفل الذكر.

ج- الدراسة الألسنية: نلاحظ في هذه اللقطة غياب الرسالة الألسنية الشفوية، مما يدل على وظيفة المناوبة التي تقوم بها الصورة في غياب الرسالة الألسنية الشفوية، مع حضور الرسالة الألسنية المكتوبة والتي تمثلت في إسم العلامة التجارية الموجودة على علبة المنتج، مما جعلها تساهم في أداء وظيفة الترسخ، التي تعمل على ترسيخ إسم العلامة التجارية للمنتج في ذهن المشاهد.

الملقطة: رقم(07)

أ-المستوى التعيني: تُظهر هذه اللقطة البنت بنفس اللباس و الوضعية التي ظهرت بها في اللقطة الأولى، إذ نلاحظ في الجهة اليمنى يد الأب هو يضع علبة المنتج فوق طاولة حيث تبدو ملامح الفرح و السرور مرسومة على وجه البنت، بمجرد وضع الأب للمنتج. وبخصوص الدراسة التبوغرافية فتمثلت في إسم علامة المنتج الموجودة على العلبة، حيث

¹ -فايزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق، ص 236.

² - عبد الرحمن عمار، المرجع السابق، ص 66.

كتبت بنط كبير مقارنة بالمعلومات الأخرى التي تخص المنتج في أعلى العلبة بلون أخضر غامق. أما بالنسبة للدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة جاءت بلقطة مقربة بزوايا عادية وحركة كاميرا ثابتة، و فيما يتعلق بجذلية الضوء والظل تم توظيف إضاءة إصطناعية مركزة على وجه البنت. وما يتعلق بدراسة الألوان نجد اللون الأصفر الذي يتمثل في لون القميص الذي ترتديه البنت وبعض أدوات الرسم ولون علبة المنتج، أما اللون الأبيض فيظهر في لون المائدة والكرسي وصفحات الكراس وفي كم القميص الذي يرتديه الأب، و اللون الأخضر فقد ظهر كأحد ألوان علبة المنتج، ولون ربطة الشعر، وفي بعض أدوات الرسم، أما اللون الأزرق فيظهر في شكل شريط على علبة المنتج، وما يتعلق بالشخصيات تمثلت في نفس الشخصيات التي ظهرت في اللقطة الثانية. أما شريط الصوت نلاحظ تتابع نفس وحدات التركيبية في اللقطة الأولى.

ب- **المستوى التضميني:** تتضمن هذه الصورة العديد من الدلالات والمعاني حيث يُشير وضع الأب لعلبة المنتج على طاولة على أن الأب هو المستهدف الأول لأنه هو المسؤول عن الإستهلاك و غالبا ما يقوم بمجمل أعباء النفقة،¹ كما يدل على أن المنتج باهظ الثمن وعلى قوة المنتج التي يستدل عليها من قوته،² وبأنه يهتم بصحة إبنته و هذا ما أكدته الرسالة الألسنية التي جاءت في قول البنت " بابا يحفظ بزاف على صحة نتاعي و يشري لي حليب ميلكوسبراي ...". وملامح السعادة والفرح التي تبدو على وجه البنت بمجرد وضع الأب لعلبة المنتج تشير إلى أن المنتج يساهم في رسم الفرحة والسرور على وجه الأبناء ، كأن المعلن هنا يقول أن سعادة الأبناء مرتبطة بإقتناء المنتج، وهنا نلمس قيمة من القيم الأسرية وهي قيمة الرعاية الصحية وقيمة السعادة. و بالرغم من أن الومضة الإشهارية موجهة إلى الوالدين و بالخصوص إلى الأب إلا أن البنت هي الشخصية الأساسية في هذه الومضة، حيث عملت على تقديم المنتج للدلالة على نقاء و صفاء المنتج كون الطفل يمثل البراءة و

¹ - عبد القادر بن الشيخ وآخرون، المرجع السابق، ص 40.

² - بسمة فنور، المرجع السابق، ص 158.

المستقبل والحياة الجديدة،¹ هذا ما يدل على أن المؤسسة تعمل على تقديم الأفضل في المستقبل للمستهلك. و استخدام المصمم للطفلة بدلا من الطفل لتقديم المنتج لأنه من المعروف أن الطفلة تكون أكثر تأثير على والديها، و خاصة الأب لتنفيذ طلباتها باستخدام أسلوب الحنان و الدلال من خلال طريقة الكلام، وهذا ما يظهر واضح في طريقة كلام الطفلة. أما بخصوص الدراسة التبوغرافية تمثلت في إسم علامة المنتج التي كتبت في أعلى العبوة دلالة على أن هذه العلامة تقدم منتج في القمة، وإذا دققنا النظر نلاحظ فوق إسم العلامة شريط بلون الأزرق وهو لون السماء الذي يرمز إلى العلو والشموخ، أما الخط الذي كتب به إسم العلامة بنط كبير بحروف واضحة على أرضية صفراء، هو عادة يراد به إعطاء قيمة للمنتج،² كون اللون الأصفر لون الشمس، وقد جاءت هذه الصورة بلقطة مقربة أمامية بغرض تقريب فكرة الفوائد التي يقدمها،³ مع توظيف الزاوية العادية لخدمة الأهداف الموضوعية للتصوير،⁴ وبحركة كاميرا ثابتة ليتمكن المشاهد من ملاحظة كل أحداث الصورة وليتعرف على العلامة التجارية و تثبيتها في ذهن المشاهد، لذلك تم توظيف المنتج في لقطة أمامية، مع توظيف الإضاءة الاصطناعية التي ساهمت في إظهار كل المعلومات المتعلقة بالمنتج، وفيما يتعلق بدلالة الألوان نجد أن اللون الأصفر هو اللون الطاغي واللون الأزرق واللون الأخضر، اللون الأبيض اللون الأحمر اللون البرتقالي، تم تحليلها في اللقطات السابقة أما الشخصيات تم إستدلال عليها في اللقطة الثانية .

ج- الرسالة الألسنية: ظهر مدلول الرسالة الألسنية بشكل واضح وهو ما جعلها تحقق وظيفة الترسيخ من خلال ترجمة، وتدعيم صورة البنت بالرسالة الشفوية، التي تمثلت في قولها " بابا يحفظ بزاف عن صحة نتاعي و يشريلي حليب ميلكوسبراي.."، إذ نلاحظ في

¹ - عكوباش هشام، المرجع السابق، ص 268.

² - فايزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق، ص 183.

³ - فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص 227.

⁴ - الزهرة بريك، المرجع السابق، ص 18 .

هذه الصورة يد الأب وهو يضع علبة المنتج فوق طاولة، مما ساهم في جعل الرسالة الألسنية تؤدي وظيفة الترسيخ.

الملقطة رقم: (08) .

أ- المستوى التعيني: تظهر لنا هذه اللقطة إجتماع الأسرة حول طاولة مستديرة الشكل فوقها غطاء، وصينية من الحلويات وقارورة عصير وإبريق حليب وقطع من الخبز، كما نلاحظ وجود كأس فارغ يستعمل لسكب القهوة أمام الأم و كأس حليب بجانبها، التي كانت تجلس على رأس طاولة تقدم لابنها قطعة من الحلويات و هي مبتسمة، حيث يوجد أمامه كأس فارغ لسكب القهوة وصينية من الحلويات وكأس من الماء، و نجد على يساره أخته وبجانبها يظهر الأب هو يسكب لها كأس من الحليب و أمامها كأس يحتوى على القليل من القهوة، و نلاحظ في الخلفية مطبخ عصري مجهز بالأدوات الكهرومنزلية مع تواجد المنتج في شكل كيس فوق طاولة المطبخ مع وجود حامل للفناجين الفخارية الذي ظهر بنفس ألوان علبة المنتج لترسيخه في ذهن المشاهد. و تعود الكاميرا من جديد لتركز على وجه الطفل هو يحمل كأس الحليب مبتسم و مغمض العينين، في حين نلاحظ في جهة الأخرى الأب يلتقط صورة مع إبنته على الهاتف المحمول. أما الدراسة التوبوغرافية التي هي عبارة عن نص المرافق للصورة تمثلت في إسم علامة المنتج المكتوبة علي الكيس. وبالنسبة للدراسة الفوتوغرافية فجاءت هذه اللقطة بلقطة عامة بزوايا عادية وحركة كاميرا بانورامية من اليسار إلى اليمين، وفيما ما يتعلق بجدلية الضوء والظل تم المزوجة بين الإضاءة الطبيعية التي كانت منبعثة من النافذة و الإصطناعية. وما يتعلق بدراسة الألوان نجد اللون الأصفر المتمثل في لون القميص الذي ترتديه الأم وصينية الحلويات وقارورة العصير والأسود تمثل في لون سروال الأم والطفل واللون الأخضر يتمثل في لون قميص الابن وكأحد ألوان غطاء المائدة ، أما اللون الأبيض يتمثل في لون الكرسي، والكؤوس، والإبريق، والستائر، وطاولة المطبخ، والأزرق ظهر في قميص الأب والرمادي في لون قميص البنت فيما يخص

الشخصيات تمثلت في نفس الشخصيات التي ظهرت اللقطة السادسة. وبخصوص **شريط الصوت** إنعدام التعليق والمؤثرات الصوتية مع المحافظة على نفس الموسيقى.

ب- **المستوى التضميني** : هذه الصورة تتضمن العديد من الدلالات فاجتماع الأسرة حول طاولة المستديرة يشر إلى التلاحم الأسري،¹ ودلالة على توظيف صورة قريبة من حياة المواطن الجزائري ولتقريب المنتج أكثر و لا تجعل المنتج غريبا عنا بل بالعكس لتجعلنا نعيش في مشاهد حقيقية تربطنا بالواقع وكل هذا هدفه إقناع المشاهد بمدى فعالية المنتج،² كما يوحي حضور حليب ميلكوسبراي فوق المائدة بقيمته إذا أصبح سيد الطاولة، وعلى رغم من أن القهوة هي نظام غذائي يومي وأساسي في المائدة الجزائرية،³ إلا أننا في هذه الصورة نلاحظ غياب القهوة وذلك من خلال فناجين القهوة الفارغة بإستثناء كأس واحد والذي به القليل من القهوة أمام البنت، في حين يدل كأس الماء فوق الطاولة على مصداقية المنتج لأن الماء يدل على الطبيعة و الإنتعاش والطهارة،⁴ وبخصوص كأس الحليب الموضوع بجانب الأم يدل على أن المنتج موجه للصغار والكبار وجلسها على رأس الطاولة، يدل على أن مركز السلطة الأسرية عرف تغيرا، فقد كانت السلطة في الأسرة الممتدة مقتصرة على الرجال فقط إلا أننا نجد حاليا مؤشرات، تدل على أن المرأة بدأت تتكسب مواقع جديدة في الأسرة و المجتمع من خلال مشاركتها لزوجها في إتخاذ القرارات،⁵ هو ما يدل على قيمة المساواة وهي قيمة سياسية إجتماعية إنسانية تتشكل من العدل وتتبع منه فالمساواة من أهم المبادئ الإسلامية التي تقوم عليها الدولة الإسلامية.⁶ وتركيز الكاميرا على وجه الطفل الممتلئ والمبتسم للدلالة على الصحة الجيدة وكلها تعتبر كنتائج لإستهلاك الحليب، والتي

¹ - محسن أعمارة، المرجع السابق ، ص 107.

² - عبد النور بوصابة، مقاربة دلالات الإشهار التلفزيوني، المرجع السابق، ص 387 .

³ - خيرة مكرتار العربي، المرجع السابق، ص 77.

⁴ - ديفيد فيكتروف، تر: سعيد بنكراد، المرجع السابق، ص 138.

⁵ - أمال بن عيسى، المرجع السابق، ص 333.

⁶ - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، القيم السياسية في الإسلام، دن، دط، دم، دت، 295.

لها وقعها في نفسية الأمهات والآباء في أحيان كثيرة،¹ ونلمس في هذه اللقطة قيمة ألا وهي القيمة الجمالية وهي الشعور والإحساس بالنقاء، وهي قيمة إجتماعية تنمي قدرة الفرد على لمس مواطن الجمال والإحساس بالفن،² وتضاف لقيمة الصحة، لأن الصحة تكسب صاحبها جمالا ونظارة،³ والتي ظهرت من خلال التقاط الأب لصورة مع إبنته وفي اللباس وتأثير البيت.

أما بالنسبة للدراسة التبوغرافية فنلاحظها في ظهور إسم العلامة مرة أخرى دليل، على أن المعلن يحاول ترسيخ العلامة في ذهن المشاهد، أما بخصوص إعتداد اللقطة العامة استخدمت هنا للدلالة على السعادة والفرح ولإظهار التفاصيل المتعلقة بالإنفعال بالطعم والحركات السلوكية،⁴ و إلتقاطها بزوايا عادية لجعل المتلقي يحس كأنه فرد من أفراد هذه الأسرة وبحركة كاميرا بانورامية من اليسار إلى اليمين كونها تساعد في تمرير فكرة الرسالة وقبولها خاصة لما تقوم بربط حركة العين بين هذه اللقطة و اللقطة التي سبقتها. مع توظيف الإضاءة الطبيعية التي تعطي الإحساس بالقوة المعبرة عن الصحة و الإنطلاقة والطاقة،⁵ و الإصطناعية إستعملت لإظهار ملامح أفراد الأسرة النووية، التي تبدو كأنها الأسرة النموذج القادرة على توفير متطلبات أبنائها وضمان رفاهيتهم.⁶ وفيما يتعلق بدلالة اللون يظهر أن اللون الطاعي هو اللون الأصفر الذي يرمز في الثقافة العربية إلى التخصص والتميز، لذلك فهو غالبا ما يوظف في الأشياء التي تنطوي على خصوصية في الطرح كإستعماله في الصورة المدروسة لتعبير عن إنفراده بنوع الخصائص التي يقدمها،⁷ منتوج حليب

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، ص ص364،365 .

² - مليكة بن سعدية، المرجع السابق، ص 98.

³ - سميرة سطوطاح، سومية بورقعة، المرجع السابق، ص272.

⁴ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص ص 366 - 370.

⁵ - المرجع نفسه، ص 366.

⁶ - عائشة كريكت، المرجع السابق، ص 277.

⁷ - فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص233.

ميلكوسبراي، أما اللون الأبيض، والأزرق، الأخضر، الأحمر والأسود، تم تحليل دلالاتها في اللقطات السابقة أما الشخصيات تم الإستدلال عليها في اللقطة السادسة.

ج- الرسالة الألسنية: جسدت الرسالة الألسنية في علاقتها مع صورة وظيفة الترسيخ والمناوبة حيث برزت وظيفة الترسيخ في إسم العلامة التجارية لمنتوج ذلك من أجل ترسيخها في ذهن المشاهد . أما وظيفة المناوبة فتؤديها الصورة نيابة عن الرسالة الشفوية ذلك أنها تؤدي إلى نفس المعنى، من خلال ظهور الأسرة مجتمعة حول طاولة الإفطار مع تناولها للحليب ميلكوسبراي في جو يملئه الفرح والسرور هو الأمر الذي يدفع المشاهد لإقتناء المنتج.

اللقطة رقم: (09).

أ- المستوى التعيني : نلاحظ في هذه اللقطة بداية المصمم بخلفية بيضاء و زرقاء كشكل لهيجان البحر، قبل ظهور المنتج في حالة دون حول محوره و تركزه في وسط الشاشة الذي تمثل في علبة مستطيلة الشكل مما سمح بإظهار الجهة الأمامية و الخلفية للمنتوج و الجانب الأيسر و الأيمن حيث كتب على الجهة الأمامية من علبة المنتج إسم العلامة ببنط عريض في أعلى العلبة بلون الأخضر، باللغة الفرنسية وباللغة العربية جاء ببنط صغير على الجهة اليسرى لعلبة المنتج، بالإضافة إلى ختم الإمضاء وكأس من الحليب في حالة فوران وسط خلفية من الأعشاب والخصائص والمعلومات الخاصة بالمنتوج تم توزيعها على الجهة اليمنى و الوزن الخاص بالعلبة في جهة اليسار أسفل العلبة، والجهة الخلفية كانت مماثلة للجهة للأمامية ، بإستثناء بعض الإضافات تمثلت في الشعار الذي كتب على العلبة باللون الأصفر وبعض المعلومات المتعلقة بالمنتوج التي تم توزيعها في شكل مربع.

ونلاحظ بعد ذلك إحاطة المنتج بالفيتامينات التي يحتوي عليها في شكل دوائر تنوعت بين اللون الوردي والبرتقالي و الأخضر و الأحمر و البنفسجي والأصفر ومن ثم إندماجه داخل العلبة، ويظهر فوق علبة المنتج رمز أيقوني على شكل مثلث يحتوي على علامة تدل على

أن المنتج جيد، وبعد ذلك تم تقريب ختم الإمضاء من الشاشة و الذي جاء في شكل دائرة يتوسطها مستطيل و بعد ذلك نشاهد إزاحة المنتج إلى جهة اليمين.

أما بالنسبة للدراسة التبوغرافية تمثلت في بروز شعار المنتج بنط كبير وعلى خلفية بيضاء وزرقاء على شاشة باللغة العربية الذي كتب بطريقة أفقية، أما العلامة التجارية التي تظهر في شعار كتبت بنط صغير. أما بالنسبة للدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة جاءت في شكل لقطة مقربة بزاوية عادية و حركة كاميرا ثابتة، وفيما يتعلق بجذلية الضوء والظل كانت الإضاءة متساوية في كل الأجزاء الصورة. وفيما يخص دراسة الألوان تمثلت في اللون الأصفر، الأخضر، الأزرق، الأبيض، الأحمر، البرتقالي، الوردي.

وما يتعلق بشريط الصوت تمثل التعليق في صوت نسائي "المعلقة" ذلك أن استخدام الأصوات النسائية تكون مميزة لدى الأطفال، مما يؤدي إلى زيادة درجة إنتباه لها،¹ مع الإبقاء على نفس الموسيقى و إنعدام المؤثر الصوتي. و بخصوص الشخصيات لا نلاحظ أي شخصية حيث أن المعلن إعتد على عرض السلعة دون ديكور أو شخصيات.

ب -المستوى التضميني: تحتوي هذه اللقطة العديد من الدلالات والمعاني حيث أن استخدام المصمم لتقنيات الغرافيك * ساهم في جعل المنتج و كأنه يتحرك في بحركة سريعة خلقت نوعا من النشاط والحيوية ، وقد تم عرضه بدون ديكور ليصبح أكثر إستقطابا للأنظار وأكثر لفتا للإنتباه،² وظهوره في حد ذاته في شكل مستطيل يحمل عدة دلالات أكدها iNicolas Montigneaux بقوله يرمز للأناقة إضافة إلى الحركة الدينامكية،³ والتغير والإبداع

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 376.

* هو تخصص واسع من فروع المعرفة، ويعني الإبداع البصري، ويشمل عدة جوانب من الإخراج الفني وتصميم الحروف الطباعة ، وتنسيق الصفحات و تصميمهاإلخ .

² -فايزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق ، ص 174.

³ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل المرجع السابق ، ص 358.

والنمو.¹ وقد عمل المصمم على توظيف مجموعة من الرموز الأيقونية في تغليف العلبة ومن بين هذه الرموز كأس الحليب الذي ظهر في حالة فوران لتأكيد على خاصية من خصائص المنتج تمثلت في "سريع الذوبان"، وبخصوص تواجده وسط خلفية خضراء دليل على أن المنتج طبيعي مستخلص من الأبقار التي تتغذى على الأعشاب والرمز الأيقوني المتمثل في ختم الإمضاء الذي كتبت عليه نسبة 100% لتأكيد على المكونات الطبيعية للمنتج وتوظيفه على الشاشة مع توظيف الفيتامينات التي يحتوي عليها المنتج في شكل دائرة ذلك لأنها تتمتع بجذب العين لذا يستخدمها المعلنون لجذب المستهلكين، كما تستخدم للتعبير عن الدفء والراحة والرومانسية والأمن، و استخدام المصمم هذا شكل لدعوة المستهلك لإقتناء المنتج ليشعر بالأمن والدفء الذي يمنحه المنتج، بالإضافة إلى استخدام رمز أيقوني عبارة عن مثلث والذي يعطي شعور بالنمو والقوة والتطلع إلى القمة، أما المربع الذي استخدم لكتابة خصائص المنتج يعطي الشعور بالثقة والمساواة.² وبخصوص الدراسة التبوغرافية تمثلت في إسم العلامة التجارية التي تم كتابتها ببنت كبير، و أحرف واضحة يراد به إعطاء قيمة للعلامة³، و للدلالة على إختصاص و إهتمام المؤسسة بتلبية حاجات المواطن الجزائري لمنتج الحليب بإعتباره من المواد الإستهلاكية،⁴ وكتابتها في أعلى علبة المنتج ذلك أنه أول ما تقع عليه نظرة العين و باللغة الفرنسية يدل على أن المنتج أجنبي بالإضافة إلى كتابتها باللغة العربية بإعتبار أن المستهلك الجزائري يتقن اللغتين، في حين أن توزيع المعلومات وخصائص المنتج على الجهة اليمن يدل على جودة المنتج لأن جهة اليمن تدل على الصدق، وبخصوص الخلفية الزرقاء والبيضاء لعلبة المنتج و التي كانت

¹ - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر، التصميم الجرافكي وتأثير القيم الإستهلاكية في الإشهار، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة باجي مختار، جامعة الملك خالد السعودية، مج (1)، ع(3)، ماي 2018، ص 92. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82727> . 07 / 06 / 2020 - 00 : 13 .

² - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر ، المرجع السابق، ص91.

³ - فائزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق، ص 183.

⁴ - فائزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص213.

على هيئة هيجان لأمواج البحر دلالة على القوة التي يمنحها المنتج من خلال توظيف اللون الأبيض والأزرق و الذي يعكس لون البحر في حالة هيجان، و ما يخص الدراسة الفوتوغرافية للصورة التي تبين علبة الحليب والتي خصصت لها لقطة مقربة دليل على هوية المنتج،¹ و بزوايا عادية لتعكس صورة تواضع المؤسسة المنتجة رغم سعيها لتوفير أفضل حليب طبيعي للمستهلك، وبحركة كاميرا ثابتة ليتمكن المشاهد من تعرف على العلامة التجارية وخصائص المنتج، وفيما يتعلق بالإضاءة كانت متساوية في كل جوانب الصورة، مما يوحي بالنور و بالإشعاع الذي يبعثه المنتج. وقد إستخدم مصمم حركة جيدة بتوظيفه لصورة المنتج و العلامة و الشعار في الأخير لترسيخ إسم علامة و المنتج في ذهن المشاهد، لأنه آخر ما يُشاهده في الومضة مع التذكير بوجود هذه السلعة في السوق، كما أن كتابة الشعار على علبة المنتج من جهة الخلفية بلون الأصفر يدل على قيمة مكانة المنتج كون الأصفر لون الذهب و بلون الأخضر باللغة العربية على شاشة دلالة على أن المنتج متواجد في الجزائر و بنط عريض ليدل على القوة و الصحة التي يمنحها المنتج. وعند ملاحظة مسار قراءة الصورة نجده يبدأ من اليسار إلى اليمين وذلك راجع إلى المرجعية الغربية كون المنتج غربي. وفيما يتعلق بدلالة الألوان نجد اللون الأصفر، والأبيض، والأزرق، و الأحمر، واللون البرتقالي تم الإستدلال عليها في اللقطات السابقة. كما أن المدونات اللونية الموجودة على علبة حليب ميلكوسبراي إقترنت بلباس الشخصيات التي ظهرت طول الومضة و إعتمادها في تغليف المنتج لتذكير المستهلك بالسعادة و المرح والسرور ، الذي تنعم به الأسرة التي تم مشاهدته خلال الومضة و هي تتناول منتج حليب ميلكوسبراي الأمر الذي يدفع المشاهد إلى إقتناء المنتج من خلال الصورة النمطية، التي تشكلت في ذهنه للأسرة السعيدة بتناول منتج حليب ميلكوسبراي.

ج- الرسالة الألسنية: ظهر مدلول الرسالة الألسنية بشكل واضح، و هو ما جعلها تساهم في تحقيق وظيفة الترسخ من خلال ترجمة و تدعيم الصورة و قد جاء هذا الترسخ في

¹ - عبد النور بوصابة، مقارنة دلالات الإشهار التلفزيوني، المرجع السابق، ص 387.

❖ المستوى التعيني:

• التقطيع التقني للفيلم الإشهاري

بعد مشاهدة الومضة الإشهارية عدة مرات، قمنا باختيار منها اللقطة رقم 1، 2، 12، 14، 13، التي تخدم موضوع الدراسة، دلالات القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الموجه للطفل.

الجدول رقم (2): التقطيع التقني لومضة حليب دادلي " dadilait " .

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	الموسيقى الموظفة	الجو العام	حركة الكاميرا	زاوية اللقطة	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
/	//	موسيقى الإيقاع	تظهر هذه اللقطة علبة المنتج فوق طاولة .	حركة ثابتة	جانبية	لقطة مقربة	01 ثا	01
/	داديلي ذوق بنين..	//	تظهر هذه اللقطة الأم في المطبخ .	حركة ثابتة	عادية	لقطة مقربة	2ثا	02



الفصل الثاني: التحليل السميولوجي للإشهارات التلفزيونية الموجه للطفل الخاصة بمنتج الحليب

12	3ثا	لقطة الجزء الصغيرة	عادية	ثابتة	تظهر هذه اللقطة الأم تحمل كأسين من الحليب والأخ وأخته يجلسان حول طاولة حيث تعطي الأم كأس الحليب لكل من الأخ وأخته .	//	دادي، دادي أوو شحال بنين ...	/
13	4ثا	لقطة الجزء الصغير	عادية	ثابتة	تظهر هذه اللقطة الأم رفقت إبنها يرقصون في المطبخ.	//	دادي، دادي، دادي، دادي، دادي، داديلي ...	/
14	01ثا	لقطة مقربة لقطة مقربة	عادية	حركة ثابتة	تُظهر هذه اللقط شخصية كرتونية متمثلة في حيوان الأرنب يرقص فوق طاولة المطبخ بجانبه علبة المنتج .	//	دادي، دادي، دادي، دادي، أوو شحال بنين .	صوت ضغط علي إيقونة الإعجاب Jaime.



اللقطة رقم: (01)

أ- **المستوى التعيني:** تُظهر لنا هذه اللقطة علبة المنتج فوق الطاولة التي يظهر جزء منها مغطاة بغطاء بلون الأبيض و البرتقالي، حيث جاء المنتج في شكل مستطيل. و فيما يخص الدراسة **التبوغرافية** المتعلقة بالنص المرافق للصورة تمثلت في إسم العلامة التجارية و بعض المعلومات خاصة بالمنتج التي تظهر على العلبة، أما بالنسبة **للدراسة الفوتوغرافية** فإن هذه اللقطة جاءت بلقطة مقربة في حين زاوية التصوير كانت زاوية جانبية و بحركة كاميرا ثابتة، وفيما يتعلق **بجدلية الضوء والظل** تم توظيف إضاءة أمامية مركزة على علبة المنتج . وما يتعلق **بالمدونة اللونية** نجد أن اللون الأبيض الذي يظهر في علبة المنتج وفي غطاء طاولة و شباك النافذة، أما اللون الأزرق فيظهر كأحد ألوان علبة المنتج كذلك الأحمر، الأصفر، الأخضر، الأسود، البرتقالي، وبخصوص الشخصيات لم يوظف المصمم أي شخصية في هذه اللقطة بل إعتد في بداية الومضة على صورة للمنتج.

وفيما يخص شريط الصوت فإن الموسيقى التي رافقت الومضة من البداية إلى النهاية تمثلت في موسيقى الرسالة، وذلك بتوفرها على خاصية الترابط المتبادل بينها وبين الموضوع،¹ وبإيقاع سريع وهي أقوى العناصر الموسيقية على إثارة الهياج،² مع إنعدام التعليق والمؤثر الصوتي في هذه لقطة.

ب- **المستوى التضميني:** هذه الصورة تتضمن العديد من الدلالات، حيث أن الشكل المستطيل الذي أعطى للمنتج في حد ذاته يحمل دلالات أكدها **Nicolas Montigneaux** بقوله أن المستطيل يرمز إلى الأناقة والحركة والدينامكية³ و إلى التغير والإبداع والنمو،⁴ وفيما يخص تحليل الدراسة **التبوغرافية** فقد تم كتابة علامة المنتج ببنت صغير بنفس البنت الذي كتبت به

¹ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص97.

² - نبيل شايب، دلالات موسيقى الإشهار التلفزيوني: بين قيمة العلامة ودلالة المعنى، مجلة البحوث والدراسات الإجتماعية، جامعة الوادي، ع(6)، أبريل 2014، ص104.

³ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 358 .

⁴ - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر، المرجع السابق، ص 92.

المعلومات الأخرى للمنتج باللغة العربية في أعلى العلبة قبل كتابتها باللغة الفرنسية دليل على أن المنتج جزائري، و بلون الأحمر نظرا لما يحمله من دلالات إيجابية كونه لون الطاقة والحيوية،¹ التي يمنحها المنتج للمستهلك في حين كتابة العلامة باللغة الفرنسية باللون الأبيض على خلفية زرقاء محيطية باللون الأبيض ببنط كبير دلالة على إختصاص و إهتمام المؤسسة بتلبية حاجيات المواطن الجزائري من منتج الحليب بإعتباره من المواد الإستهلاكية.² وبخصوص توظيفها باللغة الفرنسية يعود إلى طبيعة السياق اللغوي الجزائري،³ حيث تجسدت علامة المنتج في الصورة التي تبين علبة الحليب والتي خصصت لها لقطة مقربة لتوضيح إسم المنتج دليل على الهوية،⁴ وبغرض تقريب فكرة الفوائد التي يقدمها،⁵ بزاوية جانبية للتعبير عن التغير والتفرد في الخصائص التي يقدمها المنتج، وبحركة كاميرا ثابتة ليتمكن المشاهد من قراءة العلامة التجارية بشكل واضح وللترسخ حروف العلامة التجارية في ذهنه كصورة ذهنية، و إعتقاد الإضاءة الأمامية و المركزة على المنتج لتدليل على النور الذي يبعثه المنتج كون الضوء يرمز إلى النور و الإشعاع.

وفيما يتعلق بدلالة اللون نجد اللون الأبيض يرمز إلى الطهارة والنقاء والصفاء⁶، وفي الثقافة العربية يعتبر لون رداء الإحرام و الطوفان حول الكعبة الشريفة⁷، أما الأزرق فهو لون

¹ - أمينة رقيق، المرجع السابق، ص 234.

² - فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص 213.

³ - أمينة بضيافة، آليات قراءة الصورة الإشهارية في مواقع شبكات التواصل الإجتماعية - المقاربة السميولوجية لقراءة صورة موبليس الإشهارية في الفيسبوك وأثارها على المستهلكين -، مجلة الخطاب والتواصل، جامعة الجزائر3، ديسمبر 2018، ص 21. متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz> / 06 / 09 - 2020 : 18 .

⁴ - عبد النور بوصابة، مقارنة دلالات الإشهار التلفزيوني، المرجع السابق، ص 387.

⁵ - فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص 227.

⁶ - سارة رماضنية، دلالات اللون في الديكور السينمائي - لفيلم التيتانيك أنموذجا -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في سينوغرافيا فنون، كلية الآداب واللغات والفنون، قسم الفنون، جامعة جيلالي لياس، سيدي بلعباس، 2018، ص 48.

⁷ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 203.

السماء و البحر و الماء و يرمز لكل ما هو نقي وراقي،¹ كما أن الأصفر يرمز في أغلب الأحيان إلى النور و الإشعاع لإرتباطه بالشمس فهو لون يرمز إلى السرور و الإبتهاج، و اللون الأخضر يرمز إلى الهدوء و الإستقرار و التطور و النماء²، أما اللون البرتقالي يرمز إلى الدفء والإنجذاب،³ ولون الأسود يعطي الإحساس بالقوة،⁴ وفي ثقافتنا يوحى إلى أهل الصرامة على رغم من المعاني السلبية التي يحملها.⁵

ج- الرسالة الألسنية : نجد أن الرسالة الألسنية في هذه اللقطة جاءت في شكل رسالة مكتوبة تمثلت في إسم العلامة التجارية للمنتوج، مما جعلها تؤدي وظيفة الترسيخ ذلك من خلال كتابة إسم العلامة التجارية مرتين باللغة العربية والفرنسية، وهذا التكرار يساهم في ترسيخ المنتوج في ذهن المشاهد.

اللقطة رقم: (02)

أ-المستوى التعييني: تُظهر هذه اللقطة الأم في المطبخ تحمل علبة المنتوج وتقوم بحركات إستعراضية وهي تذكر خصائص المنتوج في شكل أغنية، إذ يظهر ديكور المطبخ في هذه اللقطة كخلفية. و بالنسبة للدراسة التوبوغرافية المتعلقة بالنص المرافق للصورة تمثلت في إسم علامة المنتوج المكتوبة على العلبة. وبخصوص الدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة من اللقطات الحكائية تمثلت في اللقطة المقربة التي تم إلتقاطها بزاوية عادية وحركة كاميرا ثابتة، وفيما يتعلق بجذلية الضوء و الظل تم توظيف إضاءة أمامية مركزة على الأم و على علبة المنتوج التي كانت تحملها. وما يخص المدونة اللونية نجد اللون الأبيض المتمثل في لون القميص و منزر الطبخ الذي ترتديه الأم كما برز في لون الورود التي تشكل منها التاج الذي

¹ - سارة رماضنية، المرجع السابق، ص 53.

² - نور الدين حليم، المرجع السابق، ص 83.

³ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 160.

⁴ - مليك زعلان، المرجع السابق، ص 220.

⁵ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهار التلفزيونية، المرجع السابق، ص 160.

تضعه الأم فوق رأسها و في الخزانة الخشبية للأواني ورخام المطبخ وعلبة المنتج ، و الأزرق يظهر في لون رخام المطبخ وعلبة المنتج ، و كذلك منزر الطبخ و التاج الذي كانت ترتديه الأم، و فيما يخص اللون الوردي يظهر كأحد ألوان التاج و المنزر، أما اللون البني فيظهر في سلة الخبز، في حين الأصفر يظهر في رخام المطبخ و العقد الذي ترتديه الأم. أما ما يخص الشخصيات ظهرت الأم في مرحلة شبابية و هي المغنية الجزائرية "ياسمين بلقاسم"، بلباس عصري متمثل في قميص وسروال ومنزر للطبخ وتسريحة شعر عصرية، مع وضعها لبعض من مواد التجميل على وجهها. تضمن شريط صوت تعليق بصوت الأم لدلالة على المصادقية ويعتبر في نفس الوقت كختم للجدية والحماية¹، مع الإبقاء على نفس الموسيقى و إنعدام المؤثرات الصوتية.

ب- **المستوى التضميني:** تحمل هذه الصورة العديد من الدلالات، حيث أن ظهور الأم في المطبخ و هي تحمل علبة المنتج دلالة على أن الأم تُفضل هذا نوع من العلامة التجارية الخاصة بمنتج الحليب لأطفالها لما يتميز به من خصائص، كما أن ظهورها و هي حاملة لعلبة المنتج يفسر رغبة المعلن "المُشهر" في جعل المنتج أكثر تصديقا في عين الجمهور ككل، ففي المخيال الجمعي الأم هي رمز لحماية الطفل و تبحث دائما على إعطائه الأحسن²، و لو تمعنا في كلمات الأغنية التي كانت تغنيها الأم نلاحظ أنها ذكرت خصائص المنتج التي تساهم في نمو صحة أطفالها، مع ذكر إسم العلامة التجارية لترسيخها في ذهن المشاهد. وتظهر هنا على أنها المركز المسير لميزانية الأسرة و المسؤول الأساسي عن الإدخار و الإقتصاد الخاص بالعائلة³، و ذلك من خلال حملها للمنتج وفي ذلك دلالة على أنها هي من قامت بإقتائه، في حين تشير الساعة التي ترتديها في يدها اليسرى إلى وقت تناول فطور الصباح كما توحى بالإنضباط و الإلتزام بموعده، وهذا ما يدعمه المثل الشعبي القائل " كي

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص378.

² - المرجع نفسه ، ص 370.

³ - فايزة يخلف، خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الإنفتاح الإقتصادي، المرجع السابق، ص 207.

تعود الفحلة تذوب تعود الخياطة تروب". بمعنى أن الوقت الذي تكاد تنتهي المرأة النشيطة من تحضير السمن التقليدي تكون المرأة الكسولة في بداية مراحل التحضير و في هذا المثل حث على إستغلال الوقت و تقديره،¹ وهذا دلالة على نشاط و إنضباط الأم من خلال ساعة التي ترتديها، كما يدل العقد و حلقة الأذنين التي ترتديها من خلال شكلهما البسيط على أن المنتج ليس باهظ الثمن و أنه يتوجه إلى فئة بسيطة من المجتمع، في حين يدل التاج الذي ترتديه والذي جاء في شكل ورود على الطعم والمذاق الجميل للحليب، كون التاج يدل على الجمال والورود يدل على الجمال الطبيعي وفي ذلك إحياء بأن المنتج طبيعي ، أما على مستوى الديكور نلاحظ بساطة المنزل،² و ذلك من خلال تأثيث المطبخ، مما يجعل المتلقي يفهم بأن هذا الفيلم الإشهاري موجه لطبقة معينة من المجتمع.³ وفيما يخص تحليل الدراسة التبوغرافية تم تحليلها (أنظر للقطعة السابقة)، و إن إعتداد المعلن على اللقطة المقربة للتركيز على إنفعالات الشخصية،⁴ (الأم) و بزاوية عادية لتعطي الإنطباع بطبيعة الواقع المعاش و تركيز الإضاءة على الأم "ياسمين بلقاسم" بحكم أن لديها حضور في الذاكرة الجماعية لذلك يتم تحويل قيمتها أو شهرتها لتعبر عن قيمة و أهمية المنتج، مما يساهم في إضفاء طابع النجومية للمنتج لإقرانه بشخصية الأم، و فيما يتعلق بدلالة الألوان نجد اللون الأبيض و الأزرق الأصفر الوردي، تم الإستدلال عليها في اللقطة السابقة، أما اللون البني يرمز إلى الغضب والخطورة و القسوة المادية.⁵ و فيما يخص الشخصيات وظف المصمم شخصية الأم، التي ترمز إلى الحماية و الحنان في صورة المرأة الغربية المعاصرة من ناحية اللباس وتسريحة الشعر، و في صورة تقليدية تمثلت في دورها كربة بيت.

¹ - سمية فائق، المثل الشعبي في منطقة الأوراس، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الأدب الشعبي، كلية الآداب واللغات،

قسم اللغة العربية، جامعة محمد منتوري، قسنطينة، 2004، ص 105.

² - إبتسام مركيش، المرجع السابق، ص 360.

³ - ليندة خديجة هادف، المرجع السابق، ص 195.

⁴ - المرجع نفسه ، ص 164.

⁵ - عبد الرحمن عمار، المرجع السابق، ص 69.

ج- الرسالة الألسنية: جاءت الرسالة الألسنية في صياغة مكتوبة، تمثلت في إسم العلامة التجارية الموجودة على العلبة وفي صياغة شفوية، والتي تمثلت في قول الأم " داديلي ذوق بنين..". الأمر الذي ساهم في أداء وظيفة الترسيخ فقد جاءت الرسالة اللغوية في شكل (مضمون غنائي) مُصاحب للرسالة الأيقونية (الصورة)، كما أن تكرار إسم العلامة التجارية في شكل مكتوب و شفوي يراد به ترسيخ العلامة في ذهن المُشاهد.

الملقطة رقم(12).

أ- المستوى التعيني: تُظهر لنا هذه اللقطة الأم وهي تغني و تحمل كأسين من الحليب بعدما قامت بتحضيره متجهة نحو إبنتها و ولدها، حيث كانا يجلسان حول مائدة مستديرة الشكل مغطاة بغطاء بلون أبيض والبرتقالي، إذ نلاحظها وهي تقدم كأس الحليب لإبنتها قبل أن تعطي الكأس الثاني لإبنتها، بعد ذلك تَظهر لنا الأم تضع يدها على ظهر إبنتها وهي تشرب كأس من الحليب، و نلاحظ غياب الأب في الومضة في الوقت الذي يشترط فيه أن تكون كل أفراد الأسرة مجتمعة حول مائدة الإفطار. وفيما يتعلق بالدراسة التوبوغرافية تمثلت في إسم علامة المنتج الموجودة على العلبة. وبخصوص الدراسة الفوتوغرافية فإن هذه اللقطة من اللقطات التي تصور الديكور وهي لقطة الجزء الصغير، أما زاوية التصوير فكانت زاوية عادية بحركة كاميرا ثابتة، وبخصوص جدلية الضوء والظل تم الإعتماد على الإضاءة الإصطناعية والطبيعية المنبعثة من النافذة، وما يتعلق بالمدونة اللونية يظهر أن اللون الطاعي اللون الأبيض الذي برز في كل من لباس الأم، و إبنتها وعلى غطاء المائدة وستائر النافذة ولون الحليب و ورخام المطبخ ، والخزانة الخشبية للأواني، و كأحد ألوان علبة المنتج. واللون الأزرق ظهر في لون قميص الإبن، ورخام المطبخ، وفي منزر الطبخ، والتاج الذي ترتديه كل من الأم و إبنتها، بالإضافة إلى اللون الوردي، أما الأصفر يظهر كأحد ألوان رخام المطبخ، كما يظهر في القاعدة السفلية للكأس في حين الأسود يتمثل في لون الساعة التي يرتديها الإبن. و فيما يخص الشخصيات ظهرت الأم بنفس اللباس و في نفس المكان، أما الشخصيات الجديدة التي ظهرت في هذه اللقطة تمثلت في ظهور طفلين بلباس عصري، حيث ظهرت الطفلة بفستان

أبيض و بلون شعر بني تضع فوق رأسها تاج، في حين كان الطفل يرتدي قميص أزرق وساعة بلون الأسود ظهر بشعر طويل نوع ما بلون الأسود. أما شريط الصوت فقد تضمن نفس وحدات التركيبية للقطعة السابقة .

ب- **المستوى التضميني:** تتضمن هذه اللقطة العديد من الدلالات، حيث أن ظهور الأم رُفقت إبنيتها في المطبخ وهي تُحضر الحليب دلالة على قيمة الأمن والرعاية الصحية وهذه القيمة تظهر من خلال المسؤولية التي تحملها الأم لرعاية أفراد أسرتها و بالأخص الأطفال،¹ إذ يشير تقديم الأم كأس الحليب للإبن قبل البنت إلى قيمة التفضيل، حيث لا يزال يوجد تفضيل في إنجاب الذكور عن الإناث في المجتمع الجزائري وهذا الميراث الثقافي التقليدي ينتقل بين الأجيال وما زال مستمر إنطلاقاً من أن الذكر يحمل اسم الأب من ثم فهو يخلد إسم العائلة، كما يُنظر للذكر منذ ولادته كرجل بإعتباره سيصير رجلاً عندما يكبر ويصبح مصدر الأمن لأسرة وحمايتها ورعايتها سواء في وجود الأب أو في غيابه بغض النظر على كونه مؤهلاً أو غير مؤهل لتحمل المسؤولية،² في حين يدل وضع الأم يدها خلف ظهر إبنيتها إلى قيمة العطف والحنان، أما بخصوص غياب الأب في مقابل حضور الأم دليل على أن الخطاب يريد أن يقلل من تكلفة المنتوج،³ كما يدل على المساواة بين المرأة والرجل في المجتمع الجزائري من خلال تسير شؤون البيت و الإعتناء بالأطفال و إختيار أفضل المنتجات الغذائية في غيابه، كما جاء في المثل الشعبي الجزائري " بيت بلا مولاتو لخلا ولا مباتو " وهو ما يدل على أنها الأساس في إقامة البيت و تجميع أفراد الأسرة،⁴ وفي هذا دلالة على قيمة المساواة، كما نلمس قيمة أخرى من القيم الأسرية و هي القيمة الإنجابية و هي قيمة إجتماعية تغيرت تحت تأثير عوامل عديدة، حيث أصبحت الأسرة الجزائرية لا تفضل إنجاب أطفال كثيرين، فلم تعد قوة

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 395.

² - سلوى السيد عبد القادر، محمد عباس، المرجع السابق، ص 201.

³ - عبد القادر بن شيخ وآخرون، المرجع السابق، ص 43.

⁴ - مختار رحاب، صورة المرأة من خلال الأمثال الشعبية، ص 48. متاح على الرابط : <https://cahiers.crasc.dz/>.

الأسرة في قوة عدد أفرادها إنما أصبحت بقوة أفرادها و مكانتهم في المجتمع و قدرتهم على التأثير.¹ و يدل توظيف المائدة المستديرة على التلاحم الأسري،² وما يتعلق بالدراسة التوبوغرافية تم الإستدلال عليها (أنظر للقطعة السابقة) و الإعتماد على توظيف اللقطة الجزء الصغير ساهم في إظهار مكان تواجد الشخصيات، و بزوايا عادية لجعل المشاهد مع نفس مستوى الصورة وبحركة كاميرا ثابتة لإظهار طريقة إهتمام و إعتناء الأم بالتغذية الصحية لأطفالها، مع توظيف الإضاءة الطبيعية و التي سمحت بمعرفة وقت التصوير بالإضافة إلى الإضاءة الإصطناعية التي ساهمت في إضفاء النور و الإشراف على وجوه الشخصيات، و فيما يخص دلالة الألوان نجد اللون الأبيض، الأزرق الأصفر، الوردي ، والأسود، تم الإستدلال عليهم في اللقطات السابقة.

وفما يخص الشخصيات لعب طفلين دور الأخ وأخته، و هما رمز للمستقبل و البراءة و الحياة الجديدة،³ أما بالنسبة لإرتداء البنت لنفس لون لباس الأم وضعها نفس التاج يعود، إلى كون البنت تكون أكثر إلتصاقا بأمها بحكم مكوثها في البيت، ونجدها تأخذ نفس طباع الأم وتعمل مثل ما تعمل الأم وتكون العلاقة بينهما كعلاقة صديقة بصديقتها فهي في تواصل دائم معها وتعلمها شؤون البيت، و من الأمثال العربية الشعبية التي عبرت بكثرة عن هذه العلاقة الوطيدة بين الأم و إبنتها،⁴ " كب البرمة على فمها تطلع البنت لأمها " فالوراثة تتمثل في الأصل،⁵ فالبنت هنا تظهر كأصغر،⁶ و توظيف المعلن للبنت بهذه الطريقة يدل على أن البنت هي من تتولى مسؤولية تسير البيت بعد الأم، أما بخصوص الطفل فقد لعب دور الأب في غيابه و يدل للباس و تسريحة الشعر لكل من الأخ وأخته على مواكبة الحياة المعاصرة.

¹ - أحمد عبد الكريم بن بعلوش، المرجع السابق، ص 99.

² - محسن أعمار، المرجع السابق، ص 107.

³ - عكوباش هشام، المرجع السابق، 268.

⁴ - غنية عابي، المرجع السابق، ص 43.

⁵ - سميرة فالح، المرجع السابق، ص 112.

⁶ - عبد القادر بن شيخ وآخرون، المرجع السابق، ص 44.

ج- الرسالة الألسنية:

لعب الخطاب الألسني في هذه اللقطة وظيفة الترسخ، التي أدتها كل من الرسالة المكتوبة للعلامة التجارية الظاهرة على العلبة والرسالة الشفوية المتمثلة في قول الأم " دادي، دادي، دادي، أوو شحال بنين.."، حيث لم ينب على الصورة بل جاء مدعم للجانب الأيقوني فإن قول الأم " أوو شحال بنين.." يدل على الإعجاب بحيث تطابقت مع الصورة الأيقونية لابن الذي تظهر عليه علامات الإعجاب و الإندهاش بطعم الحليب، وهذا ما ساهم في أداء وظيفة الترسخ لتثبيت العلامة التجارية في ذهن المتلقي.

الملقطة رقم(13)

أ- المستوى التعيني : جاءت هذه اللقطة موالية للقطة الثانية عشر التي تظهر الأم وهي تقدم كأسين من الحليب لابنيها إذ نلاحظ في هذه اللقطة ظهور الأم رفقت ابنيها يقومون بحركات إستعراضية بتحريك أيديهم مرة في جهة اليمين ومرة في جهة اليسار، مع الإبتسامة المرسومة على وجهم وهم يردون أغنية الومضة في وسط المطبخ، الذي يظهر كخلفية متمثلة في خزانة خشبية للأواني، و منصة المطبخ التي يوجد فوقها سلة من فواكه، وسلة من الخبز و علبتين من الحليب واحدة في جهة اليمين والأخرى في جهة اليسار.

أما الدراسة التبوغرافية فتمثلت في إسم علامة المنتج الموجودة على علبة الحليب الموضوع في جهة اليسار، والتي كتبت باللغة العربية وكتبت باللغة الفرنسية على علبة المنتج الموجودة في جهة اليمين. أما الدراسة الفوتوغرافية تتدرج هذه اللقطة ضمن اللقطات التي تصور الديكور و هي لقطة الجزء الصغير بزوايا عادية وحركة كاميرا ثابتة. وبخصوص جدلية الضوء والظل إعتد المصمم على الإضاءة الإصطناعية المتمثلة في إضاءة المطبخ. وفيما يخص المدونة اللونية نلاحظ إستمرار الألوان السابقة ، وبخصوص الشخصيات تمثلت في شخصية الأم و الطفل و البنت التي رافقت الومضة من بدايتها إلى نهايتها. أما شريط الصوت فقد اعتمد المصمم على موسيقي الرسالة من بداية الومضة، إلى غاية نهايتها بصوت

الأم إلا في اللقطة 13 واللقطة 14 أين تم توظيف صوت الولد والبنت، مع إنعدام المؤثرات الصوتية.

ب- **المستوى التضميني:** تظهر لنا هذه اللقطة العديد من الدلالات حيث أن عرض المصمم لهذه اللقطة التي تظهر الأم و إبنها يرقصون في المطبخ بعد اللقطة الثانية عشر مباشرة التي تظهر أسلوب السلعة أثناء الإستخدام،¹ لم يكن توظيفها إعتباطيا بل سعى المصمم لإظهار النشاط والحيوية التي منحها المنتج لأفراد الأسرة، مع بروز القيمة الإستهلاكية التي تظهر من خلال الفرح والسرور لأفراد الأسرة بعد تناول المنتج مباشرة، و تدل طريقة رقص الأم مع إبنها على القرب منهما و على الإعطاء من وقتها لأولادها بحكم تواجدها في البيت، على العكس الأب الذي يقضي وقته في العمل كمسؤول عن ميزانية الأسرة الأمر الذي يجعله يبتعد عن اللعب والمرح مع أولاده إلا في أوقات العطل أو نهاية الأسبوع. وحركات اليد التي تقوم بها الأم و إبنها تدل على أن المؤسسة المنتجة لحليب داديلي تأكد على أنها تعمل على تقديم الأفضل للمستهلك في المستقبل، ذلك لكون أن الحركة تدل على التغير و الإستمرار. وهنا نلمس قيمة إجتماعية وهي قيمة المرح وروح الشباب و الإنطلاق ظهرت من خلال إظهار مدى سعادة أفراد هذه الأسرة، التي ظهرت في حركاتها و أفعالها و تعبيراتها من رقص ومرح وغناء لخلق صورة سعيدة لنموذج أسرة مثالية.²

وعند ملاحظة مسار قراءة الصورة نجده يبدأ من جهة اليسار ثم جهة اليمين على شكل حرف V أين تتواجد علبة المنتج التي كتبت عليها العلامة التجارية باللغة العربية، ذلك راجع لكون أن ليس كل المجتمع الجزائري يتقن اللغة الفرنسية، و بما أن المنتج موجه إلى كل من شمال و جنوب الجزائر تم توظيف المصمم لعلبتين للمنتج كتبت على أحدهما العلامة التجارية

¹-فايزة يخلف، الأسس النفسية والفنية للصورة الإعلانية، المجلة الجزائرية للإتصال، مج(6)، ع(14)، معهد علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر 3، دت، ص ص177، 178.

²- ناجح مخلوف ، سامية عواج ، حضور الأنساق الثقافية في الخطاب الإعلاني و تأثيرها على الهوية الثقافية للمتلقيين ، مجلة تاريخ العلوم، دم، ع (06)، دت، ص 430. متاح على الرابط:

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/109058 . 20 : 26 – 2020 / 06 / 28

باللغة الفرنسية والأخرى بالعربية تم تحليلها (أنظر للقطعة السابقة). وفيما يخص اعتماد اللقطة الجزء الصغير إستخدمت لإظهار الشخصيات في وسط درامي،¹ بزوايا عادية وهي التي تضع المتلقي بشكل مباشر مع المركز البصري، وبحركة ثابتة لشد تركيز و إنتباه المشاهد للحركات الرقص وفرح وسعادة أفراد الأسرة، وبالتالي سمحت للمشاهد بمعايشة جو الفرح والسعادة الذي تعيشه الأسرة جراء إستهلاك منتج داديلي، ووظفت إضاءة أساسية و متساوية في هذه اللقطة من أجل جعل الصورة تبدو عفوية وتلقائية وطبيعية أكثر.² وفيما يخص دلالة الألوان تم الإستدلال عليها في اللقطات السابقة وفيما يخص الشخصيات تم تحليلها في اللقطات السابقة.

ج- الرسالة الألسنية: لعبت الرسالة الألسنية المتمثلة في "دادلي، دادلي، دادلي، دادلي، دادلي، دادلي" دور الترسيع وذلك من خلال تكرار إسم المنتج، و ما زاد من ترسيخ معنى الصورة تواجد علبتين من المنتج في هذه اللقطة، بالإضافة إلى إبراز النشاط والحيوية التي يمنحها المنتج من خلال طريقة رقص الأم مع أولادها، و كل هذا يساهم في تثبيت إسم المنتج في ذهن المشاهد.

الملقطة : رقم(14)

أ- المستوى التعيني: تُظهر لنا هذه اللقطة شخصية حيوانية كرتونية متمثلة في أرنب بلون أزرق يرقص فوق المائدة، كما نلاحظ تواجد علبة حليب داديلي بجانبه مع ظهور الشعار الذي جاء باللون الأزرق و ببنط متوسط على شاشة، بالإضافة إلى ظهور الأرنب من جديد يحمل العلامة التجارية للمنتج بين يديه وفيما يخص تقنية تغليف العلبة إعتد المصمم على توظيف اللون الأزرق كلون للسماء في أعلى العلبة وفي أسفل العلبة وظف اللون الأخضر كأرضية من العشب مع تواجد ثلاث أبقار ترعى على العشب و كأس من الحليب و بداخله فيتامينات في شكل دائرتين، مع ظهور الشخصية الكرتونية مرتين على العلبة حيث وظفت في جهة اليسرى

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص365.

² - أنواع الإضاءة في التصوير الفوتوغرافي متى و أين يستخدم كل نوع ؟ . متاح على الرابط

<https://www.magltk.com/light-photography-types/>. 28 / 06 / 2020 - 19 : 11 .

وكانها تركز وفي الجهة اليمن تحمل لافتة تحتوي على معلومات خاصة بالمنتج على شكل مربع. أما الدراسة التوبوغرافية فقد تمثلت في العلامة التجارية الموجودة على العلبة وعلى بطن الأرنب، كما تظهر مرة أخرى بين يديه وفي شعار الذي ظهر على الشاشة، وبالنسبة للدراسة الفوتوغرافية فإن هذه لقطة جاءت بلقطة مقربة بزاوية عادية، وحركة كاميرا ثابتة، و فيما يتعلق بجذلية الضوء و الظل إعتد المصمم على الإضاءة الإصطناعية، و بخصوص المدونة اللونية تمثلت في اللون الأزرق الذي يظهر في لون الأرنب وكذلك علبة المنتج ، و الأبيض الذي ظهر في لون غطاء المائدة و كأحد ألوان الشخصية الكرتونية مع ظهور الأحمر في لون العلامة و الأسود يظهر في الحزام الذي تضعه الشخصية الكرتونية، و كأحد الألوان التي تتشكل منها العلبة ، و لون الأخضر يظهر في أسفل العلبة والوردي يظهر في لون أذنين وأنف الأرنب. وما يتعلق بالشخصيات عمل المصمم على توظيف شخصية كرتونية خيالية والتي تمثلت في شخصية الأرنب. في حين تضمن شريط الصوت تعليق بصوت الأم و إبنها للدلالة على صدق في خصائص المنتج نظرا لميزة التي يتميز بها الأطفال و هي الصدق والبراءة، مع الإبقاء على نفس الموسيقى، أما المؤثر الصوتي تمثل في ضغط على إيقونة الإعجاب " J'aime " .

ب- المستوى التضميني: هذه الصورة تحمل العديد من الدلالات، حيث أن توظيف المعلن لشخصية كرتونية حيوانية المتمثلة في شخصية الأرنب، يراد به ربط العلاقة بين حيوان أليف " الأرنب " و المنتج في نهاية الومضة، الأمر الذي يدفع الطفل إلى طلب المنتج لأنه من المعروف أن الأطفال يحبون هذا النوع من الشخصيات الكرتونية، و دلالة على أن لمنتج يساهم في تحقيق الألفة والمحبة بين أفراد الأسرة نظرا للخاصية التي يتميز بها الأرنب كونه حيوان أليف، وفيما يخص توظيف المعلن للأشياء الطبيعية في تغليف العلبة والمتمثلة (السماء والأعشاب الخضراء والأبقار...) كلها تساهم بالإقرار بأن المنتج طبيعي ، بالإضافة إلى إظهار الشخصية الكرتونية "الأرنب" في حالة ركض يدل على النشاط الحيوية التي يمنحها المنتج، كما أن تواجد الفيتامينات داخل كأس الحليب يشير إلى أن حليب داديلي يحتوي على فيتامين D, A اللذين ظهرا في شكل دائرة ، ذلك لأنها تتمتع بجذب العين لذا يستخدمها

المعلنون لجذب المستهلكين، كما تستخدم للتعبير عن الدفء والراحة والرومانسية والأمن، أما المربع الذي يحتوى على معلومات الخاصة بالمنتوج يعطي الشعور بالثقة،¹ لذلك عملت المؤسسة على استخدام هذا الشكل لكسب ثقة المستهلك، وفيما يخص الدراسة التبوغرافية للعلامة تم الإستدلال عليها (انظر للقطات السابقة) أما الشعار المرافق لصورة المنتوج فقد كتب بطريقة أوحى ببعض خصائص المنتوج، خاصة فيما يتعلق بأسلوب إخراج الشعار إذ كتب بنفس لون المنتوج وهو تعبیر تمثيلي عن تطابق معنى مضمون الشعار وحقيقة الفوائد التي يقترحها،² فعند عرض المنتوج على الشاشة يتحول إلى المستوى الذهني عند المتلقي عن طريق تصويره له فتتولد لديه اللذة فيتولد في هذا الأخير الإحساس باللذة إلى شراء المنتوج،³ في حين تشير نقطتين المتتاليتين في الشعار على أنه يتميز بخصائص أخرى غير الطعم اللذيذ، وعند ملاحظة مسار قراءة الصورة نجده يبدأ من اليمين إلى اليسار، و ذلك راجع إلى المرجعية العربية. وما يخص الدراسة الفوتوغرافية تم تجسيد علبة المنتوج بصورة مقربة لتوضيح إسم المنتوج دليل على الهوية،⁴ و بزوايا عادية لتجعل المشاهد في مساواة مع الصورة، و بحركة ثابتة حتى يتم شد إنتباه وتركيز المشاهد للعلامة التجارية، في حين ساهمت الإضاءة في إظهار كل المعلومات الخاصة بالمنتوج، و فيما يتعلق بدلالة الألوان الأزرق، والوردي، والأسود والأبيض، والأخضر، والبرتقالي، والأحمر، تم الإستدلال عليهم في اللقطات السابقة. بخصوص الشخصيات تبدو الشخصية الكرتونية التي تم توظيفها قادرة على حكم على صلاحية المنتوج، ونلاحظ ذلك من خلال حركة يد الشخصية الكرتونية الدالة على الإعجاب بالمنتوج .

¹ - سميرة سطوطاح، نورة عامر، المرجع السابق، ص 91.

² - فائزة يخلف، دورة الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص 233.

³ - حسين بن عائشة، سيمائية الخطاب بين التقاطع والتناظر، مجلة الخطاب، جامعة مستغانم، الجزائر، مج(14)، ع(1)،

1فيفري 2019، ص 229.

⁴ - عبد النور بوصابة، مقاربة دلالات الإشهار التلفزيوني، المرجع السابق، ص 387.

ج- الرسالة الألسنية: جاءت الرسالة الألسنية في صياغة مكتوبة تمثلت، في إسم العلامة و الشعار وشفوية في شكل مضمون غنائي حول المنتج مع ذكر العلامة التجارية، مما ساهم في أداء وظيفة الترسخ من خلال تكرار إسم العلامة بدافع ترسيخها في ذهن المتلقي.

III. تحليل إشهار حليب صومام "soumam" وفق مقاربة رولان بارث.

❖ المستوى الوصفي : إشهار تجاري تلفزيوني جزائري، يروج لمنتج حليب صومام، والذي بث على قناة سميرة tv، أنظر الملحق رقم (02).

1. تعريف بالمرسل : ملبنة صومام (شركة) جزائرية تعمل في مجالات الزراعة ومنتجات الألبان وتوزيع المواد الغذائية تأسست 1993، نوع الشركة مساهمة، يملك هذه الشركة: لونيس حميطوش. أما مقر الشركة في ولاية بجاية - أقبوا - الجزائر، تنشط الشركة في مجال الزراعة و منتجات الألبان وعصير، أما الأماكن التي تنشط فيها في الجزائر وبعض الدول العربية.¹

2. شعار الومضة : " حليب صومام بنتو في طبيعتوا ".

3. فكرة الومضة : يقوم هذا الإشهار بالترويج لمنتج حليب صومام، بالإعتماد على نموذج أسرة ممتدة، تتكون من ' جد وجدة وحفيدة ' بحيث تدور أحداث الإشهار في منطقة ريفية، بالإعتماد على ديكور خارجي وسط مروج خضراء، وديكور داخلي في المطبخ.

4. تعليق الإشهار: جدو عندو سر يعرف كيفاش يحول الماء العذب لألذ حليب كلشي يبدأ من النهر و الماء النقي ليسقي التربة و تمدلنا الأعشاب لي تتغذى على الأرض و الشمس في السماء، الكل إتخذوا أجمل الأبقار مع الحب لي نمدوهولها، باش توصلنا كل الطبيعة عبر كل قطرة من حليب صومام، حليب ليحتفظ بكل بنتو و فوائده، " حليب صومام بنتوا في طبيعتوا ".

عنوان الومضة : حليب صومام

مدة الومضة : 40 ثانية .

عدد اللقطات : 18 لقطة .

¹ - أنظر الموقع : <https://ar.wikipedia.org/wiki> . 10 / 05 / 2020 - 45 : 15 .

❖ المستوى التعييني :

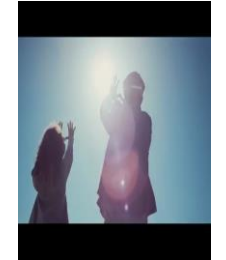
- التقطيع التقني للفيلم الإشهاري :

تم أخذ أهم اللقطات التي تخدم دراستنا المتمثلة في دلالة القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل ، حيث تم إختيار 7 لقطات من بين 18 لقطة في هذا الإشهار للقيام بتحليلها سميولوجيا حسب مقارنة رولان بارث .

الجدول رقم (3): التقطيع التقني لومضة حليب صومام .

شريط الصوت			شريط الصورة					
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	الموسيقى الموظفة	الجو العام	حركة الكاميرا	زاوية اللقطة	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت خرير مياه النهر	الماء العذب لألذ ..	موسيقى بايقاع خفيف	صورة لفتاة مع جدها وهما يجلسان قرفصاء أمام مجرى النهر في المزرعة حيث يظهر الجد وهو يضع مياه النهر في يدي الفتاة.	حركة ثابتة	زاوية عادية	لقطة جزء الكبيرة	01 ثا	03



05		02 ثا	لقطة حكائيه أمريكية	حركة مصاحبة "التنقل" المصاحب "	زاوية تحتية "سفلية"	الجد والفتاة يتجولان في المزرعة و هو ممسك يدها و يشير بأصبعه إلى المكان الذي يريد أن يذهب إليه.	//	كلشي يبدأ من النهر كلشي يبدأ من النهر	صوت المياه بالإضافة إلى صوت دوس الأقدام على العشب
07		02 ثا	لقطة حكائيه أمريكية	ثابتة	عادية	الجد ينحني للفتاة ويقدم لها حزمة من الأعشاب الخضراء التي قطعها من الحقل.	//	وتمد لنا الأعشاب لي....	صوت الطبيعي صوت لمس الأعشاب
10		02 ثا	لقطة أمريكية	تنقل جانبي أو الترافلينغ الجانبي	زاوية تحتية	تظهر صورة الطفلة وهي ترفع يديها باتجاه الشمس وفي هذه الأثناء يقوم الجد بنفس الحركة.	//	الأرض و الشمس في السماء.	صوت الطبيعة والعصافير

14		02 ثا	أمريكية	ثابتة	زاوية علوية	الجد يمسك بالبقرة و الحفيدة تطعمها الأعشاب.	//	مع الحب لنمدو هولها..	خوار الابقار
15		02 ثا	لقطة الجزء الكبيرة	الانتقل الجانبي أو الترافلينغ الجانبي من اليمين إلى اليسار	عادية	صورة للمنزل موجود في المزرعة وجد خلف الفتاة التي تمشي بتأرجح وبخطوات سريعة للدخول إلى المنزل.	//	باش توصلنا كل الطبيعة ..	خوار الابقار وزقزقة العصافير صوت دوس الأقدام على الأرض .
18		09 ثا	لقطة متغيرة Zoom Shot	تنقل خلفي zoom	عادية	تظهر الجدة والحفيدة تتبادلان الحديث حيث تظهر الجدة وهي تهز رأسها وتبتسم في مطبخ بتصميم ريفي في قالب عصري يجلسون	//	ليحتفظ بكل بنتو وفوائده " حليب صومام بنتو في طبيعتو "	/

			حول طاولة المطبخ يظهر فيها المنتوج صومام وصحن فيه البيض مع آخر فيه أرغفة.					 
--	--	--	---	--	--	--	--	---

اللقطة رقم : (03) .

أ- **المستوى التعييني:** نلاحظ في هذه اللقطة ظهور جد وحفيده في لقطة جزء كبيرة وسط ديكور طبيعي، وذلك بظهور كامل جسد الجد في الجهة اليسرى وهو يجلس بمحاذاة النهر يحمل في يديه كمية من مياه النهر، تقابله الطفلة بنفس الوضعية وهي على يمينه تمتد يدها له ليضع المياه فيها، مع وجود بعض الصخور مختلفة الأحجام على حافة النهر وأشجار محيطة به تظهر خلف الشخصيات. أما فيما يخص الدراسة التبوغرافية عدم وجود نص من بداية الومضة إلى غاية نهايتها.* أما الزاوية التي التقطت منها اللقطة فقد كانت الزاوية العادية أي على مستوى النظر، وبحركة ثابتة. نلاحظ أن الإضاءة في سياقها الطبيعي لأن الومضة صورت في الفترة الصباحية إلا أن الصورة سيطرت عليها المساحات الظلية ، وقد كان إتجاه الضوء في مركزا في الوسط. أما الألوان بحكم الديكور الخارجي فقد غلب على الصورة اللونين الأخضر والأزرق، الأول من الألوان الثانوية والذي ظهر في العشب والأشجار، أما الثاني من الألوان الأساسية في لون السماء ولباس الشخصيات.

الشخصيات ظهرت شخصية الجد في مرحلة كبار السن، وهي المرحلة النهائية لعمر الإنسان بلباس عصري بسيط متمثل في قميص وفوقه سترة من نوع جينز بلون أزرق و بنطلون وحذاء مطري بالإضافة إلى قبعة مسطحة (the flat cap) *، وظهرت الطفلة الصغيرة بشعر منسدل تلبس كنزة صوفية وفوقها رداء ذو قلنسوة وسروال جينز أزرق فاتح بالإضافة إلى حذاء مطري، ولأن التصوير كان مقابل أشعة الشمس الأمر الذي أنتج ومضات ضوئية مما صعب علينا تمييز ملامح الشخصيات، و كذلك بعض ألوان الملابس الشخصيات .

وتضمن **شريط الصوت** تعليق بصوت الطفلة، بأداء جيد وشفاف فقد لازمت الومضة من بدايتها إلى نهايتها. نجد الموسيقى التي أعتمدت كخلفية لهذه الومضة، هي موسيقى الرسالة و

*نظرا لعدم وجود النص لا يمكن أن نطبق هذه الدراسة .

* إبنة عم قبعة البيسبول، لها أصول زراعية كأصول قبعة فيدورا المرتبطة بالمرشح الموسيقي أيضاً . متاح على الرابط :

<https://www.layalina.com> . 13 / 05 / 2020 - 45 : 10 .

ذلك بتوفرها على خاصية الترابط المتبادل بينها وبين الموضوع.¹ فهي موسيقى موحدة رافقت الومضة من البداية إلى النهاية. أما المؤثرات الصوتية تمثلت في صوت خرير مياه النهر و بالتالي هي تنتمي للجو العام لصورة.

ب- **المستوى التضميني** : هذه الصور تُظهر لنا الكثير من المعاني والدلالات، حيث توحى لنا بتغيير النظرة التقليدية و الدنيوية للأشياء وذلك بإقصاء التنشئة الاجتماعية القائمة على النوع الاجتماعي، من خلال تجسيد العلاقة بين الجد و حفيدته وإبراز مدى إهتمامه بها. وهنا نلمس قيمة الإحسان وهي قيمة من القيم الدينية الإسلامية فعن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال: قال رسول الله . صلى الله عليه وسلم . : « مَنْ كَانَ لَهُ ثَلَاثُ بَنَاتٍ أَوْ ثَلَاثُ أَخَوَاتٍ، أَوْ ابْنَتَانِ أَوْ أُخْتَانِ، فَأَحْسَنَ صُحْبَتَهُنَّ وَ اتَّقَى اللَّهَ فِيهِنَّ فَلَهُ الْجَنَّةُ » رواه الترمذي.² إضافة إلى ذلك فإن وضعية جلوس الحفيدة مقابل الجد بنفس الطريقة، تُجسد قاعدة التطابق مع الآخرين " في لغة الجسد " و هي موهبة في الإنسان تمكنه من التكيف مع الآخرين تجعل الإنسان يأخذ أوضاع و ملامح تتم عن تأثره بمشاعر الآخرين،³ بحيث تتعلم الحفيدة كيفية التكيف مع طريقة شعور جدها من خلال التواصل و التفاعل معه، وبالتالي تضمنت هذه الوضعية لقيمة التكيف وهي من قيم تكامل الشخصية.⁴ كما نلاحظ أن الحفيدة تمد يدها لالتقاط قطرات مياه النهر، دلالة على أن هذه الطفلة الجميلة التي يحبها الجد هي إمتداد له و دليل إستمراره و تتغذى من تجربته، وتوحى بأن الجد يقدم لها سر من أسرار حياته وكأنه يقول لها بأن سر الحياة في المياه. و ذلك تجسيدا لقوله تعالى: ﴿ وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ ﴾⁵، فالمياه ترمز إلى الحياة و الأمل، كما يرمز النهر إلى الإستمرار و الحياة والأمل، حيث يرتبط عادة الماء في

¹ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للموضات الإشهارية التلفزيونية، المرجع السابق، ص 97 .

² - فضل تربية البنات في السنة النبوية . متاح على الرابط : <https://www.islamweb.net/> . 03 / 05 / 2020 - 45 : 10 .

³ - عبدة صبطي، نجيب بخوش، الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية ، ط1، الجزائر، 2009، ص 115 .

⁴ - خيرة بن مفتاح ، الفضائيات والصراع القيمي لدى الطفل - دراسة ميدانية على عينة من الأسر الريفية بمنطقة تيارت - أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، 2017 - 2018، ص 141 .

⁵ - سورة الأنبياء، الآية (30) .

الإشهار بأفكار دالة على الطبيعة و الإنتعاش والطهارة.¹ و تتضمن هذه الوضعية قيمة الثقة المتبادلة بين الجيلين و هذا ما أكدته الحفيدة بقولها " جدو عندو سر يعرف كيفاش يحول الماء العذب لأذ حليب .."، تتكلم عن جدها وكلها ثقة بالمعلومات التي يقدمها، كما أن اليد إرتبطت في المخيال الشعبي العربي بالعطاء والإحسان وتجسد مراحل تطور الوعي البشري من خلال إستعمالها،² وبالتالي تجسيد قيمة العطاء من خلال تقديم الجد كل أسرارهِ و خبراته الحياتية لحفيدته، بالإضافة إلى قيمة من القيم الترويحية و هي قيمة الخبرة الجديدة التي تعيشها الحفيدة مع الجد،³ أما الخلفية تمثلت في مشهد طبيعي الذي دل على الحياة الريفية في شمال الجزائر، و في ذلك دلالة على أن محتوى المنتج هو المادة المناسبة لما يعكسه جو الخلفية من راحة وهدوء وصفاء. أما فيما يخص اللقطة الجزء الكبيرة ساهمت في إدخال المتفرج في عالم الومضة، بحيث تولت هذه اللقطة تقديم جزء مهم وهو الشخصيات وكذا تحديد المكان.⁴ أما الزاوية العادية توضع المتلقي بشكل مباشر مع المركز البصري،⁵ و ساهمت في تقوية الإحساس بواقعية الصورة، و حركة الكاميرا الثابتة تساهم في نقل المتلقي إلى الجو الحقيقي للصورة.

إن إعتداد المصمم على الإضاءة الطبيعية ساهمت في إبراز واقعية هذه الصورة، بحيث كانت الإضاءة مركزة على الوسط بإتجاه الجد وحفيدته للفت الإنتباه نحوهما، و دلالة على أهمية و سحر و إبهار الموضوع،⁶ أما توظيف الظل لدلالة على بعد الشخصيات عن الضوء،

¹ - ديفيد فيكتروف، تر : سعيد بنكراد، المرجع السابق، ص 138.

² - محمد الجويلي، دلالات اليد في الثقافة العربية تجسد تطور الوعي التاريخي. متاح على الرابط: <https://alarab.co.uk/> . 03 / 06 / 2020 - 28 : 15.

³ - خيرة بن مفتاح، المرجع السابق، ص 141.

⁴ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 307.

⁵ - نجاة بوثلجة، شهناز زياد، إستخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة - الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً-، جامعة قسنطينة 3، ص 13. متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/17638> .

03 / 06 / 2020 - 55 : 15.

⁶ - نور الدين كلخة، البعد التداولي في تلقي الصورة البصرية والثابتة - نموذجاً-، ماجستير مشروع اللسانيات العامة، كلية الآداب واللغات والفنون، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران، 2012 _ 2013، ص 101.

نظرا لوجود أشجار محيطة بالنهر أين توقفت الظلال عند حافة النهر، فيما إنعكست الإضاءة على المياه الصافية.

دلالة الألوان بحكم الديكور الخارجي فقد غلب على الصورة اللون الأخضر الذي كان في لون الأشجار والعشب وهو من الألوان الباردة، يستمد دلالاته من الطبيعة و يرمز إلى النماء و الخصب دل على الخير العميم الذي تزخر به الجزائر و كذا يحيل إلى الهدوء و الراحة و التناغم وتفاهم الجد مع حفيدته،¹ و قد ساهم في تعميق دلالة قيمة العطاء والثقة الذي تميز الجد و أمله في حفيدته. وكذلك اللون الأزرق في السماء يرمز للحنان و الإخلاص و العدالة وعمق المشاعر التي يكنها الجد لحفيدته، و قد دل على الإيمان بالرسالة التي ينبغي على الجد تأديتها كما دل على ثقة الجد بحفيدته و علي براءتها،² أما الشخصيات يرمز الجد إلى الجذور الممتدة في أعماق التاريخ والأرض والمستقبل و أصالة والحكمة والطيبة. وهو بذلك يرمز إلى أصالة المنتوج وجودته، أما الطفلة فهي ترمز إلى المستقبل المشرق لمؤسسة صومام و إستمرار عملها، أما لباس الشخصيات هو لباس معاصر بسيط وهو في الواقع يعكس واقع اللباس الحالي في مجتمعنا لا هوية المجتمع الجزائري، فقد إهتم المصمم بزي الجد و الإكسسوارات التي يرتديها و الكشف عن القيم الجمالية ومن أسباب توظيف هذا النوع من اللباس، هو أن مربى الأبقار في شمال الجزائر يلبسون هذا النوع من اللباس، وهنا تظهر لنا قيم الذوق الجمالي فاللباس يعبر عن واقعية الشخصية و لم يتعارض مع الخلفيات المستعملة، و أوحى بتطور الشخصيات كما أن تطابق أسلوب لباس الجد والحفيدة يوحي بوحدة الفكرة الإجمالية التي يقرها موضوع الإشهار.

نلاحظ أن هناك نوعا من التكامل بين الصوت الفتاة و نبرتها الخفيفة التي أٌخذت كوسيلة للتأثير على المتلقي، لأن الإنفعال الذي تنتقله نبرة الصوت أشد وقعا من الإنفعال الذي تنتقله

¹ - عبدة صبطي، نجيب بخوش، المرجع السابق، ص 39 .

² - سطوطاح سميرة، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 315 .

الكلمات نفسها،¹ ترافقه موسيقى هادئة ومتناغمة مع الجو العام الومضة، حيث كان هناك تألف بين " الموسيقى - الصورة " في " الحركة - الإيقاع "، و تطابق قياسي بين الإيقاع البصري و الإيقاع الصوتي.² فهي هادئة بإيقاع خفيف و تحمل دلالات الحيوية و الراحة و الإنطلاق. كما أن صوت مجري النهر يوحي بالإسترخاء و التناغم.

ج- الرسالة الألسنية : لعبت الرسالة الألسنية المتمثلة في كلمات التالية " الماء العذب لأذ .."، بدور الترسيخ لأن الصورة متعددة المعاني وبحاجة إلى الرسالة الألسنية لترسخ المعنى المراد منها، فقد جاءت متزامنة مع اللقطة " الصورة " لتعبر عنها و ليست مناوبة لها.

اللقطة رقم (05) :

أ-المستوى التعيني : يُظهر لنا في هذه اللقطة الجد بلحية بيضاء، وهو ممسك يد الطفلة في وضعية وقوف يتجولان ويتبادلان أطراف الحديث في وسط صف طويل من الأشجار الخضراء، ونلاحظ أن الجد يرفع يده اليسرى وهو يشير بأصبعه باتجاه اليمين، كما أن الطفلة تظهر بشعر بني منسدل و في نفس الوضعية بملامح ناعمة وهي مُبتسمة، تمشي بخطى واسعة مع تأرجح الذراعين بنشاط وخفة ونرى أنها تنظر باتجاه اليمين الذي أشار إليه الجد، الدراسة الفوتوغرافية تدخل هذه اللقطة ضمن اللقطات الحكائية وهي اللقطة الأمريكية plan american،³ وبزاوية تحتية، بحركة الكاميرا مصاحبة، وفيما يخص جدلية الضوء والظل فقد اعتمد على الإضاءة الطبيعية متساوية بحكم التصوير في ديكور خارجي. أما الألوان فقد غلب على الصور اللونين الأخضر و الأزرق، الأخضر و هو من الألوان الثانوية في لون الأشجار و الأزرق من الألوان الأساسية في ملابس الجد و السماء، مع ظهور اللون الوردي و رمادي الذي ظهر في ملابس الطفلة و اللون البيج في ملابس الجد. أما شريط الصوت نلاحظ تواصل صوت الطفلة مع

¹ - جوزيف ميسنجر، تر : محمد عبد الكريم إبراهيم، لغة الجسد النفسية، منشورات دار علاء الدين، ط1 ، سورية، 2007، ص 275 .

² - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 320 .

³ - منى الحديدي ، المرجع السابق ، ص81 .

نفس الموسيقى السابقة، و فيما يخص المؤثرات الصوتية تواصل صوت خرير المياه مع ظهور صوت دوس الأقدام على العشب.

ب- **المستوى التضميني** : تُظهر لنا طريقة إمساك الجد ليد حفيدته بأنه مستمتع بمرافقتها، من خلال تبادل الحديث معها بإهتمام، وهنا نلمس قيمة العطف متمثلة في رعاية الصغير وإعطاء حقه و قيمة الحنان.¹ كما تظهر قيمة السعادة و هي من قيم تكامل الشخصية وقيمة الحب وهي من القيم الإجتماعية،² وهذا ما يؤكد المثل الشعبي " ما أغلى من الولد غير ولد الولد " وهو يعبر عن العلاقة الوطيدة التي تنشأ ما بين الجد وأحفاده نظرا للحب الكبير الذي يعطيه لأحفاده، إذ تعد علاقة الجد بالأحفاد علاقة طاعة و إحترام وتقدير كما أنها علاقة نصح وتوجيه وإرشاد نحو الأحفاد، وهي مثال للهو والفرح والحماية.³ كما أن طريقة مشي الحفيدة تدل على الإنبساط و الثقة بالنفس و توحى بالحنان، و في ذلك دلالة على قيمة الثقة بالنفس و هي شعور الفرد بأنه قادر على تدبير أموره الذاتية، و تحقيق التوافق النفسي و الإجتماعي.⁴ و التي ظهرت من خلال تفاعلها مع جدها وكلامها بحرية معه. كما أن طريقة إنتباه الحفيدة للإتجاه الذي أشار إليه جدها توحى بالإنسجام والتناغم بينهما و هنا تظهر لنا قيمة جديدة من قيم تكامل الشخصية و هي قيمة الإنتباه.⁵ وفي هذه الصورة تظهر لنا ملامح الشخصيات أكثر حيث تدل اللحية البيضاء للجد على الوقار والحكمة و الإتزان، و تدل ملامح الحفيدة على رقتها وبساطتها كما تشير إبتسامتها إلى اللحمة و الترابط المميز للأسرة الجزائرية المحافظة على قيمها، و ترمز الأشجار إلى الثبات والعطاء و الإمتداد العريق والتشبث بالأرض، وفي

¹ - إسماعيل عبد الحافظ العبسي ، المرجع السابق ، ص 182 .

² - خيرة بن مفتاح، المرجع السابق، ص 141 .

³ - عبد الفتاح تواتي، تأثير التكنولوجيا على الروابط والعلاقات الإجتماعية و العلاقات الإجتماعية داخل الأسرة الريفية - دراسة ميدانية بريف عين بلبال، بلدية نمقطن - ولاية أدرار -، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع، تخصص الإتصال في التنظيمات، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 108.

⁴ - خيرة بن مفتاح ، المرجع السابق ، ص 170 .

⁵ - المرجع نفسه، ص 141.

ذلك دلالة على كثرة فوائد المنتج ومنافعه بالنسبة للمتلقي والعطاء المستمر للمؤسسة. كما أن اعتماد المصمم على اللقطة الأمريكية ساهم في نقل حركات الشخصيات، أما الزاوية التحتية تفيد معنى التعظيم و الإفتخار والقوة،¹ للدلالة على قوة الشخصيات وعلو مكانتهما بالنسبة للأسرة فالجد يمثل الماضي و الحاضر والحفيدة حاضر ومستقبل الأسرة.

أما حركة الكاميرا المصاحبة ساهمت في تعبير عن العلاقة بين الجد وحفيدته و سمحت بوصف ومتابعة حركات الشخصيات و للدلالة على واقعية الصورة،² ويوحى توظيف الإضاءة الطبيعية إلى الصراحة والحقيقة.³ أما الألوان غلب على الصورة اللونين الأخضر والأزرق اللذان إنعكسا في خلفية الصورة في الأشجار و السماء الصافية و يدلان على العطاء و الراحة والأمان والثقة التي يقدمها المنتج. أما اللون الودي يمثل الرحمة و التنشئة والحب، و في علم النفس هو علامة على الأمل، أنه لون إيجابي ملهم المشاعر الدافئة والمريحة.⁴ كما يدل اللون الوردي في ملابس البنت على التشبث بالحياة والرغبة في الإستمتاع بكل ما فيها، و دلالة على تميز الشخصية بالبراءة و الروح الطفولية المرححة و هذا ما جسده الحفيدة بملامحها و طريقة مشيها، و الإيحاء بأن شركة صومام لا تزال تعيش مرحلة فنية و أنها مقدمه على العطاء وتسعى لتحسين مختلف سلعها و تجديدها. أما اللون الرمادي فقد أوحى بأن هذه الشخصية تميل إلى الهدوء و الإستقرار،⁵ قمنا بتحليل شريط الصوت في اللقطة السابقة، و يدل

¹ - نجاه بوثلجة، شهناز زياد، المرجع السابق، ص 14 .

² - سميرة سطوطاح ، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 308 - 310 .

³ - ياسر أحمد حسن عمار، إستراتيجية إبتكارية للظلال كقيمة فنية مستحدثة في الإعلان، مجلة العمارة والفنون والعلوم

الإنسانية، جامعة حلوان، د.ت، ص 4 . متاح على الرابط

06/18 .https://mjaf.journals.ekb.eg/article_21073_7580d59098cb51134b65da6ab838f7ad.pdf:

2020/ 45 - 15 .

⁴ - Kristine Harutyunyan ,Colour Terms in Advertisements, Linguistics Armenian Folia Anglistika , Linguistics ,Yerevan State University , p 58. available at the link: [http://ysu.am/files/3-](http://ysu.am/files/3-1512130492-.20/06/2020-15:45)

1512130492-.20/06/2020-15:45 .

⁵ - ألوان الملابس : كيف يعبر إختيار الألوان عن شخصية صاحبه ؟ . متاح على الرابط

<https://www.ts3a.com/>. 06/ 06/ 2020 / 35 : 14 .

تواصل صوت خرير المياه على الإستمرار والهدوء و الإسترخاء، و دلالة على أن الشخصيات في نفس المكان أيضا ظهور صوت دوس الأقدام على الأرض إستطاع خلق إنطباع قوي بواقعية اللقطة.

ج- الرسالة الألسنة : تمثلت الرسالة الألسنية في عبارة " كلشي يبدأ من النهر ... " وهي تؤدي وظيفة المناوبة لأن التمثيل الأيقوني للصورة عاجزة عن نقل المعنى، فقامت بوظيفة نيابية و تكاملية للصورة السابقة و تعويض إحياءات هذه اللقطة و بالتالي إبراز معناها الحقيقي.

اللقطة رقم (08) :

أ- المستوى التعيني : يظهر الجد في هذه اللقطة وهو في وضعية إنحناء في جهة اليسار و بيده حزمة من الأعشاب الخضراء يقدمها للطفلة وهي على يمينه تمتد يدها للالتقاط هذه الحزمة، حيث تظهر لنا الصورة أن المكان الذي فيه الشخصيات هو منطقة جبلية قريبة من سفوح الجبال والأنهار. الدراسة الفوتوغرافية إعتد المصمم على اللقطة الأمريكية، أما الزاوية فنجد أنها إلتقطت من زاوية عادية وبحركة ثابتة. أما جدلية الضوء والظل نجد أن الإضاءة هي إضاءة طبيعية حيث إعتد المصمم على أشعة الشمس أثناء التصوير، مع ظهور خطوط ضوئية للأشعة الشمس إنعكست بإتجاه الجد وخلف الطفلة بتدرج لوني يشبه ألوان قوس قزح. دراسة الألوان غلب على الصورة اللونين الأزرق والأخضر. كما نلاحظ في شريط الصوت تواصل نفس الصوت (التعليق) والموسيقى مع ظهور مؤثرات لصوت الطبيعة يرافقه صوت لمس الأعشاب.

ب- المستوى التضميني : توحى لنا وضعية إنحناء الجد للفتاة وهو يقدم لها حزمة الأعشاب الخضراء لحفيدته بمدى إحترامه لها و عطفه عليها، وهنا نلمس قيمتين قيمة الرحمة والعطف وهما من القيم الدينية و الإجتماعية التي حث الإسلام عليها تجسيدا لقوله تعالى : ﴿ ثُمَّ كَانَ

من الذين آمنوا وتواصوا بالصبر وتواصوا بالمرحمة¹، أي أوصى بعضهم بعض برحمة الضعيف والتعطف عليه.² كما توحى الأعشاب الخضراء أن هذا المنتج طبيعي ومكتمل العناصر طازج من منتج البقر يتغذى في المراعي، و تشير الخلفية المناظر الطبيعية للجبال بتنوع الطبيعة التي هي جزء لا يتجزأ من التراث المادي الجزائري. جاءت هذه اللقطة بلقطة أمريكية لتعبر عن حركة و أفعال الشخصيات،³ أما الزاوية فهي الزاوية العادية من أجل نقل المتلقي إلى الجو العام للومضة وجعله يعيش تلك اللحظات، و دلالة على التعبير الصريح،⁴ وحركة الكاميرا الثابتة ساهمت في نقل المشاهد إلى جو الصورة. كما أن الإضاءة جاءت متساوية حيث تدل على وقت النهار، الذي يكون فيه الضوء متساوي من كل الجوانب توحى بالتقاول،⁵ كما توحى الخطوط الضوئية بتدرج لوني يشبه ألوان قوس قزح التي إنعكست باتجاه الجد والطفلة على أن كل منهم يلون حياة الآخر أي يسعد الآخر. أما تحليل المدونة اللونية فقد أستخدم اللون الأزرق والأخضر لتحقيق ثراء وتدعيم فكرة الموضوع الإعلان، التي تضمنت دلالات الراحة و الهدوء وجودة المنتج . شريط الصورة والصوت قمنا بتحليله في اللقطة السابقة ، وقد ساهمت الموسيقى والمؤثرات الصوتية بتعميق دلالة التمثيلات الأيقونية والألسنية قصد تدعيم مضمونها من خلال الإعتماد على إيقاع خفيف متكامل .

ج- الرسالة الألسنية : في هذه اللقطة تمثلت الرسالة " وتمدلنا الأعشاب لي ... " قامت الرسالة بوظيفة الترسيع، وذلك من خلال تكرار إسم الأعشاب، والتي ظهرت في الصورة لتؤكد وتثبت في ذهن المتلقي فكرة التي تضمنتها الصورة، وترسيخ معنى واحد الذي أوحى به الصورة الأيقونية.

اللقطة رقم (10) :

¹ - سورة البلد، الآية (17).

² - سامية حمريش، المرجع السابق، ص 71.

³ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 308.

⁴ - إبتسام مركيش، المرجع السابق، ص 83.

⁵ - ياسر أحمد حسن عمار، المرجع السابق ، ص 4.

أ- **المستوى التعييني** : يظهر الجد والطفلة من الخلف وهما في وضعية وقوف ، بحيث تظهر الطفلة وهي موجهة نظرها نحو السماء، و ذراعيها صوب الأعلى بإتجاه الشمس وفي هذه الأثناء يقوم الجد بتقليد نفس حركات الطفلة، كما نرى من خلال هذه الصورة أن راحة اليد مفتوحة بإتجاه أشعة الشمس لكلا الشخصيتين. **الدراسة الفوتوغرافية** تتدرج هذه اللقطة ضمن اللقطات الحكائية وهي اللقطة الأمريكية، و بزواية تحتية وبحركة تنقل جانبي من اليسار إلى اليمين.¹ و فيما يخص **جدلية الضوء والظل** نلاحظ أن مصمم الإشهار إستخدم إضاءة معاكسة للنهار (contre - jour) و هي إضاءة تتموقع وراء الشخصية تاركة بعض أجزائها للظلم،² مما جعل الظل يسيطر على معالم الشخصيات و قد تخلل هذا التمثيل الظلي ثغرات قليلة من الضوء في صورة الجد والطفلة الأمر الذي جعل الشخصيات تظهر كظلال، و ساهم في بروز خلفية السماء الصافية و الشمس. أما فيما يتعلق **بالمدونة اللونية** نلاحظ أن اللون الغالب هو لون الأزرق في لون السماء، و لون الأصفر الفاتح وهو لون خطوط أشعة الشمس. يظهر لنا من خلال **شريط الصوت** أن تعليق بنفس الأداء مع تتابع نفس الموسيقى ترافقه مؤثرات صوتية تمثلت في صوت الطبيعة و صوت العصفير.

ب- **المستوى التضميني** : توحى طريقة تحسُّس الحفيدة لأشعة الشمس التي تتسرب من خلال السماء الصافية بكيفية بإرتباط الإنسان بها، و إلى كل ما يمكن أن يحدث للإنسان في حياته، فالشمس رمز للحياة وهي القوة المحركة للحياة و الإستمرار، فهي مصدر الدفء و الضياء على الأرض، كما تدل على أن الجد يسعى إلى التواصل و التوحد مع حفيدته من خلال نفس الفعل و تقليده لحفيدته، مثلما تتوحد الشمس مع السماء و الأرض فأشعة الشمس التي تضيء بشدة تتماهى مع حب الجد إلى الأرض وحفيدته التي ينظر لها بعين المستقبل، وهنا تتجلى قيمة المشاركة الوجدانية (التعاطف)، و التي ظهرت من خلال قدرة الجد على

¹ - سامية عواج، **خطوات تحليل الفيلم الإشهاري - من أسلوب تحليل المضمون إلى أسلوب التحليل السميولوجي -**، المرجع السابق ، 348.

² - أمينة رقيق ، المرجع السابق، ص 247.

الشعور و إدراك مشاعر حفيدته، و قيمة تواصل الأجيال مع قيمة التأمل. و تمثيل الوعي بهبة الحياة، و الذي تتبعه القيم الجمالية وهي من القيم التي تختص بتوجيه سلوك الإنسان نحو الذوق الجمالي لمكونات البيئة،¹ قال رسول الله صلى الله عليه وسلم > إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ. كما نلمس مجموعة من القيم البيئية منها قيم المحافظة و قيم التنقيف والوعي البيئي، فالأسر هي المكان الأول الذي نعرفنا على العالم من حولنا. كل هذه الرموز تعبر عن أن المنتج يندمج و يتشكل مع عناصر الطبيعة لخلق نوع من المشاركة الهدف منها إستثارة النفوس، وتولد فيها رغبة بمحاكاة وتقليد تجربة الحفيدة مع جدها. أما تحليل الدراسة التبوغرافية ساهمت اللقطة الأميركية في نقل حركات الجد والحفيدة،² كما أن زاوية السفلية عبرت عن عظمة الإنسان وإبراز أهمية الموضوع،³ أما حركة التنقل الجانبي سمحت بمتابعة حركات الشخصيات،⁴ كما أن الإضاءة فقد أعطت طابع روحاني وشكلا مهيبا لموضوع الومضة،⁵ والألوان ساهمت في تعميق و تكثيف دلالة الصورة واللقطات السابقة وهما الهدوء و الراحة. أما لون أشعة الشمس الأصفر فقد خلق إنطباعا دافئا وهو لون يرتبط بالتحفيز والنشاط ، كما يرمز للمخيلة والقدرة على التصور والوعي.⁶ تحليل شريط الصوت قمنا بتحليله في اللقطة السابقة نظرا لمتابع أجزائه التركيبية .

ج- الرسالة الألسنية : الرسالة الألسنية في هذه اللقطة تمثلت في " الأرض والشمس في السماء .."، وهي هنا تؤدي وظيفتين المناوبة والترسيخ تجلت وظيفة المناوبة في تغطية جوانب

¹ - محمد أحمد الخصي، نواف احمد سمارة، القيم البيئية من منظور الإسلامي ، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية ، د.م، مج (9) ، ع (2) ، 2009، ص 72. متاح على الرابط :

<http://zujournal.zu.edu.jo/images/stories/2011/2-2009/4.pdf> . 20 / 06 / 2020 - 45 : 14 .

² - سميرة سطوطاح ، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 308.

³ - الوجه الآخر للتصوير : تعرف على الزوايا الخمسة ودلالاتها. متاح على الرابط : <https://alkhaleejonline.net/>.

2020 / 06 / 13 : 14.

⁴ - سميرة سطوطاح ، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 312.

⁵ - الزهراء بريك ، المرجع السابق، ص 22 .

⁶ - عبدة صبطي، نجيب بخوش، المرجع السابق، ص 41 - 45.

النقص التعبيري للصورة تمثل في كلمة "الأرض .." لعدم وجود تمثيل أيقوني لها، وبالتالي جاءت لإبراز المعنى الحقيقي الذي توحى إليه الصورة، أما وظيفة الترسخ رصدناه في الرسالة وجسدته الصورة و بالتالي ترسيخ وتثبيت فكرة الصورة في ذهن المتلقي.

الملقطة رقم (14) :

أ-المستوى التعييني : نلاحظ في هذه اللقطة الجد وعلى يساره بقرة من نوع الهولشتاين*، ونَظَرُهُ بِاتِّجَاهِ فَمِهَا، بحيث يَظهر الجد وهو ممسك البقرة من رَسْنِهَا بيده اليمين ويضع اليد اليسار على ظهرها. أما الحفيدة تَظهر من الخلف وهي تمسك بحزمة من الأعشاب الخضراء تقدمها للبقرة، ويظهر من خلال الصورة أن الجد والحفيدة يقفون وسط مروج من الأعشاب الخضراء، ساهمت هذه اللقطة في إيضاح مهنة الجد تربية الأبقار. أما بالنسبة للدراسة الفوتوغرافية نلاحظ أن الصورة تدخل ضمن اللقطات الحكائية و هي اللقطة الأمريكية بزاوية علوية و بحركة ثابتة. جدلية الضوء والظل يتضح لنا من خلال الصورة أن الإضاءة كانت إضاءة طبيعية متساوية. أما الألوان يغلب على الصورة اللون الأخضر ظَهر في لون الأعشاب مع اللون الأزرق في ملابس الجد والفتاة، بدرجات مختلفة مع ظهور اللون الرمادي واللون الوردي في ملابس الطفلة. كما يظهر في شريط الصوت تواصل نفس الأصوات السابقة و صوت حوار الأبقار.

ب- المستوى التضميني : تحمل هذه اللقطة معاني عدة، بحيث توحى طريقة إمساك الجد للبقرة بأن الجد يحمي حفيدته و في ذلك دلالة على الحماية، و التي نلمس فيها قيمة الثقة تعبر عنها الحفيدة من خلال إقترابها من البقرة دون خوف، وتعبر لنا أيضا عن قيمة الرفق بالحيوان وهو مفهوم ديني عميق وكذلك مفهوم إنساني في غاية الحساسية فعن النبي صلى الله عليه

* أبقار الهولستين فريزيان، وتُعتبر ذات شعبية كبيرة ومعروفة بين مُربي الأبقار حيث تُعتبر من أوائل الفصائل المُنتجة للحليب، كما أنها تتأقلم مع التغيرات المناخية المُحيطة بها، بينما يرجع موطنها الأصلي إلى هولندا وألمانيا وتتوفر باللون الأبيض والأسود. متاح على الرابط :

وسلم أنه قال: « إِنَّ الْإِنْسَانَ يُؤْجَرُ عَلَى حُسْنِ صَنِيعٍ لِأَحَدِ الْمَخْلُوقَاتِ » رواه البخاري ومسلم.¹ كما أن البقرة ترمز إلى البركة والعطاء والخير الوفير. و لهذه المهنة دلالة تكونت من خلالها صورة نمطية مرتبطة بمعاني الصبر و الفراسة والحكمة والتدبر و القيادة ولديها صفات جسدية منها القوة والحكمة والتحمل والنشاط، إن إختيار الجد لتمثيل هذه المهنة (تربية الأبقار) لم يكن إعتباطيا فهي مهنة منتشرة في الوسط الشعبي الجزائري، فمن خلال الديكور الخارجي و اللباس الشخصية يتضح أن التصوير كان في جهة الشمال أو الوسط الجزائري، أين تتواجد مزارع الألبان التابعة لشركة صومام، كما أن هذه الصورة جسدت ثقة وحب الحفيدة لجدها. وقد إستعملت اللقطة الأمريكية في نقل حركات الشخصيات وإبراز تفاعلاتها بواقعية،² و إختيرت الزاوية العلوية لتجعل المتلقي في موضع قوة،³ كما وظفت حركة الكاميرا الثابتة من أجل نقل المتلقي لمعيشة تفاعلات الجد مع حفيدته ونقله إلى جو الصورة، كما أن الإضاءة جاءت متساوية تدل على أن التصوير كان في النهار. أما تحليل المدونة اللونية أكدت العديد من الدراسات أن الأبقار ترتاح للون الأزرق الذي يرتديه العمال والرعاة الذين يهتمون بها، وهذا ما يفسر إرتداء الجد لهذا اللون فهو يوحي بالراحة والهدوء،⁴ وفيما يخص باقي الألوان و شريط الصوت (نظرا للإعتماد الومضة على نفس الألوان والموسيقى... إلخ، أنظر إلى تحليل الصور السابقة).

ج- الرسالة الألسنية : ظهر مدلول هذه الرسالة بشكل واضح، بحيث قامت هذه الرسالة بوظيفة الترسيخ، وذلك بتوجه المتلقي نحو مدلول معين وواحد و تأكيد على الفكرة التي تضمنها التمثيل أيقوني في الصورة.

¹ - س . عبد الرحمان ، حسين عيڭوس ، الإسلام والرفق بالحيوان مع إشارة خاصة لموضوع إستخدام القسوة مع الحيوانات

أثناء القتل والذبح ، دراسة تمت بتكليف من منظمة العاملة في الرفق بالحيوان دم . دت ، ص 02 . متاح على الرابط :

<https://www.oie.int/> . 20 / 06 / 2020 - 07 : 15 .

² - سميرة سطوطاح ، الإشهار والطفل ، المرجع السابق ، ص 308 .

³ - الوجه الآخر للتصوير : تعرف على الزوايا الخمسة ودلالاتها ، الموقع السابق .

⁴ - سامي الريامي ، كائنات - حكايات .. البقرة .. خير وفير وعشق للموسيقى . متاح على الرابط

<https://www.albayan.ae/> . 23 / 06 / 2020 - 03 : 14 .

اللقطة رقم (15) :

أ-المستوى التعيني : في هذه اللقطة نلاحظ أن الجد والطفلة في وضعية مشي باتجاه يمينهما، حيث كان الجد يمشي بأسلوب أكثر جمودا وبطئا مع إنحناء إلى الأمام، أما الطفلة تمشي بخطوات سريعة وواسعة مع تأرجح الذراعين بحيث تبدو وكأنها تسرع للدخول إلى المنزل، و يمشون على طريق غير معبدة ، أما في خلفية الصورة على اليسار يوجد منزل ريفي يحده سياج مكون من مجموعة من الأخشاب وشبكة حديدية تنمو بجانبه أعشاب خضراء، مع وجود دلوين من الحديد من النوع الذي يستعمل لتخزين حليب الأبقار واحد بحجم كبير و آخر صغير بجانب باب السياج، أما الجهة اليمنى للصورة توجد ثلاث بقرات تأكل من الأعشاب بجانب الطريق خلفها مجموعة من الأشجار الكبيرة. أما الدراسة الفوتوغرافية جاءت هذه الصورة في باللقطة الجزء كبيرة، وبزاوية عادية، بحركة تنقل جانبي من اليمين إلى اليسار موازية لتنقل الشخصيات. **جدلية الضوء والظل** تعتمد المصمم على الإضاءة الطبيعية للشمس لكن لم تكن متساوية نظرا لوجود الأشجار في مكان التصوير الأمر الذي ساهم في بروز خطوط ظليه على مستوى الصورة. أما **المدونة اللونية** فقد غلب على الصورة اللون البني بتدرجاته و الذي تمثل في لون المنزل و الطريق و الأخشاب والقرميد على سطح المنزل، و اللون الأخضر بتدرجاته في العشب و الأشجار. تتابعت الأصوات في **شريط الصوت** مع ظهور مؤثرات صوتية جديد صوت دوس الأقدام على الأرض وخوار الأبقار مع صوت زقزقة العصافير .

ب- المستوى التضميني : جاءت هذه الصورة لتؤكد على فكرة الصور السابقة و تحمل العديد من الرموز، التي تأكد أن هذا الإشهار تم تصويره في منطقة شمال بالجزائر و بخصوص منطقة بجاية ، التي تتميز بالمُروج الخضراء و البيوت الريفية المصنوعة من الطين والخشب والقرميد، كما أن الطريق الغير معبدة تدل بأن الشخصيات في منطقة جبالية، لتأكد مرة أخرى على جودة المنتج و أنه طبيعي. و تُشير أن شخصية الجد تمارس مهنة تربية الأبقار و منتجة للحليب، ونستدل على ذلك من خلال الأبقار ودلاء الحليب مجاور المنزل فكل هذه العناصر مألوفة لدى المواطن الجزائري، زيادة على أن كل هذه العناصر التركيبية تخدم القصة بأكملها

لأن المكان يشكل مرجعا ثقافيا هاما. حيث إستخدم المصمم الحنين إلى الماضي من خلال الإشتياق إلى مواقف الماضي، و إستخدام الشعور بأن الأشياء كانت أفضل في الماضي فالناس تستمد الراحة من الأشياء المألوفة.¹ فأغلب الأسر الجزائرية أصبحت تميل إلى حياة المدن و الابتعاد عن الحياة الريفية، و يتضح لنا أن الأولياء هم المستهدف الأولي لهذا الإشهار، وتدل طريقة ركض الحفيدة على الحيوية و النشاط والفرح و أنها سعيدة بعودتها إلى المنزل، و هنا نلمس قيمة ترويحية وهي قيمة المرح،² و قيمة الحفاظ على الموروث. أما تحليل الدراسة الفوتوغرافية ساهمت اللقطة الجزء الكبيرة في إبراز مكان تواجد الشخصيات، أما الزاوية العادية ساهمت بإضفاء إحساس بواقعية هذه الصورة. و حركة التنقل الجانبي ساهمت في متابعة حركات الشخصيات ونقل المشاهد لجو الصورة،³ أما الإضاءة فقد حددت وقت تصوير الومضة و أضفت نوعا من الألفة على الصورة، المدونة اللونية يدل على القوة والأبوة و يوحي بالراحة والأمان الذي يشعر به أفراد هذه العائلة،⁴ أما اللون الأخضر بدرجاته ساهم في جعل الصورة تبدو منسجمة ومتناسقة مع بعضها البعض وأضفى نوعا من الوحدة والتمسك الحسي.⁵ تتابع نفس الأصوات و التي قمنا بتحليلها سابقا، مع ظهور مؤثرات صوتية كصوت زقزقة العصافير و دوس الأقدام على الأرض مع صوت الأبقار، وهي تنتمي للجو العام للومضة خلقت إحساس بواقعية الصورة .

ج- الرسالة الألسنية : قامت الرسالة بدور المناوبة بحيث ساهمت في إعانة الصورة على إنتاج المعنى، وهو ما يبدو جليا في الرسالة الألسنية " باش توصلنا كل الطبيعة .." التي جاءت مسيطرة للإحياءات الصورة، و معانيها البعيدة و أكملت ما عجزت الصورة عن تبليغه.

¹ - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر، المرجع السابق، ص 85.

² - خيرة بن مفتاح، المرجع السابق، ص 141 .

³ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 308 _ 310.

⁴ - المرجع نفسه، ص 316.

⁵ - أمينة رقيق ، المرجع السابق، ص 243 .

اللقطة رقم (18) :

أ- **المستوى التعييني** : يتضح من خلال التقطيع طول هذه اللقطة عن باقي لقطات في الإشهار حيث بلغت مدتها 9 ثواني فقد استخدم المخرج اللقطة المتغيرة zoom shot بحيث تغيير إطارها من لقطة نصف مقربة إلى لقطة جزء كبيرة، بدأ المصمم بإظهار الجدة و التي كانت تلبس لباس فضفاض " القندورة " مع الحفيدة، و ترتسم على وجهيهما ابتسامة خفيفة، تجلسان على طاولة المطبخ أين كانت كل منهما توجه نظرها إلى الأخرى وهما تتحدثان، ومن ثم يظهر الجد وهو جالس على نفس الطاولة يمد يده للإلتقاط كأس حليب و من ثم يشرب منه. نرى أن الجدة و الجد بدو مرتاحين وهم يستمعون لحديث. و من خلال الصورة يتضح لنا أن المطبخ ريفي بطابع عصري، أما الطاولة التي يجلسون بجانبها جاءت مستطيلة الشكل و عليها غطاء أبيض، وصحن من البيض و صحن خبز وكذلك ثلاث كؤوس زجاجية تقابل كل شخصية، مع وجود علبة من منتج حليب صومام، ثم تم إختتام الومضة بضبابية فنية لتظهر علبة المنتج، على يمين الصورة فوق طاولة عليها غطاء أبيض، وبجانبه أزهار من نوع البابونج، التي تضمنت مجموعة من الرموز الأيقونية في تغليف العلبة، أين إعتد المصمم على خلفية منظر طبيعي بقره جبال و هي صورة فوتوغرافية، واقعية ويظهر لنا كأس حليب، و بجانبه مجموع من أزهار البابونج كما أن إسم العلامة ظهر في شكل بيضاوي، و نلاحظ أن المصمم إعتد على الخطوط المنحنية في التصميم. و فيما يخص الدراسة التبوغرافية جاء الخطاب اللساني على علبة المنتج في إسم العلامة soumam الذي وضع بطريقة منحنية في العلبة و بلون أبيض بنبط عريض ومتوسط بلغة الفرنسية، كما نجد كلمة حليب مكتوبة بنبط عريض وكبير تحته بلغة العربية بطريقة مستقيمة و بلون الأزرق، ومع بروز بعض من معلومات في أسفل العلبة و خصائص المنتج على العلبة والتي كتبت بطريقة عمودية بلون الأبيض و فوق إسم العلامة كتب نص بلون الأبيض بطريقة مائلة " منبع الكالسيوم ". أما الزاوية فهي زاوية عادية و بحركة تتقل خلفي zoom. و فيما يخص جدلية الظل و الضوء تم الإعتماد على الإضاءة الطبيعية، التي إنعكست من نافذة المطبخ في الجهة اليسار من الصورة

مع وجود ظلال أنتجها أثاث المطبخ. أما **المدونة اللونية** غلب على الصورة اللون الأبيض الذي كان في طلاء المطبخ و حواشي الخزانة و أغطية الطاولات، و مع وجود اللون الأزرق بتدرجاته في ملابس الجد والخزانة المطبخ و علبة الحليب صومام، كما ظهر اللون البرتقالي والبني الغامق في ملابس الجدة والأواني الفخارية. بالنسبة لشريط الصوت تواصل نفس الموسيقى التي رافقت كلمات الطفلة طول الومضة، مع عدم وجود مؤثرات صوتية .

ب- المستوى التضميني : تُوحى هذه اللقطة بالعديد من التضمينات والإيحاءات المختلفة، فمن خلالها نفهم بأن هذه الأسرة هي أسرة ممتدة وذات مستوى جيد، وأن الجد و الجدة يقومان بدور المضيف لحفيدتهما نظرا لعدم تواجد الوالدين. فبيت العائلة أو دار جدي هو كما إعتدنا تسميته هو رمز من رموز الصمود الأسرة الجزائرية، ولكن إنفتاح العائلات الجزائرية على الثقافات الأجنبية أحدث تغيرات في منظورها إلى العائلة، خصوصا التواجد الكلي في البيت الواحد وأصبحت ترى أن الحياة المثالية تكون في الإستقلالية.¹ و هنا نلمس قيمة التعاون ومشاركة الجد والجدة في تربية الطفلة فلا يمكن للجد فصل مصيره الشخصي ومصير أبنائه عن المصير المشترك للجماعة العائلية، و هذا دلالة على قيمة الإنتماء و هي من القيم الجماعية.² إبتسامة الحفيدة و الجدة وطريقة نظر بإتجاه بعضهما البعض نلمس فيها إحياء للترابط واللحمة الأسرية المميزة للمجتمع الجزائري كما تشير للتقبل والتفاهم وقيمة الحوار الأسري وقيمة العلاقات الدافئة مع الآخرين، كما تظهر مجموعة من القيم النهائية التي حددها **روكيش** وهي الأمن العائلي، السلام العائلي، والسعادة.³ و أن إجتماع العائلة على طاولة يوحى بقيمة الحليب عند هذه الأسرة و ضرورة تناوله، كما يشير إلى دور منتوج صومام في جمع

¹ - زينب دهيمي ، **التغير الإجتماعي داخل الأسرة الجزائرية** - دراسة مقارنة بين الأسرة الممتدة التقليدية و الأسرة النووية

الحديثة - ، مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، ورقلة، ملتقى وطني حول الأسرة و التحديات المعاصرة يومي 15 / 16 / ماي 2016، ص 08 . متاح على الرابط : <https://bu.univ-ouargla.dz/production%20scientifique/national.php>

ouargla.dz/production%20scientifique/national.php . 22 / 06 / 2020 - 09 : 23.

² - حسان تركي، المرجع السابق، ص 68.

³ - سميرة سطوطاح، **الإشهار والطفل**، المرجع السابق، ص 286.

العائلة حول طاولة واحدة و توحى وضعية الجدين على الراحة و الإستمتاع و إلى قيمة الزيارات العائلية.¹ أما ديكور المطبخ فهو بتصميم عصري وبمواصفات قديمة لكن يحتوي على كل ما تحتاج إليه الحياة العصرية الذي تجسد من خلال الإكسسورات المطبخ كالأواني الفخارية وطريقة تصميم الخزانة كلها توحى بترابط فكرة الإشهار، مع لمسة عصرية أضفت نوعاً من السحر الجمالي، وفي هذا دلالة على قيم الذوق الجمالي، كما تدل الطاولة المستطيلة على الإمتداد وطموح المؤسسة في التقدم، أما الأشياء الموضوعة على الطاولة كالخبز والبيض فهي تدل على الخيرات الطبيعية التي تنعم بها هذه العائلة، ووجود علبة حليب صومام على نفس الطاولة من أجل تدعيم المنتج لدى الأسرة الجزائرية، و إن طريقة إظهار شكل علبة الحليب و حجمها في آخر الإشهار، تهدف لتحديد المنتج و قد تم الإهتمام بجمال تعليلها للدلالة على الجودة الحليب ، وذوقه المميز كما أن المصمم إستخدم أسلوبين في عرض صورة المنتج أسلوب السلعة أثناء الإستخدام، وصورة السلعة الجاهزة للإستعمال لإضفاء جو الإثارة و لفت إنتباه المتلقي لخصائص المنتج،² و إقصائه لمرحلة الإنتاج ليؤكد على أن هذا المنتج طبيعي. كما ترمز زهرة البابونج بجانب العلبة إلى النقاء والبراءة والربيع تحمل دلالة الثقة والصدق،³ وكأن المشهر يؤكد على جودة المنتج و بأنه آمن وصحي، إن إعتداد المصمم على الصورة الفوتوغرافية للمنتج ساهم في خلق إنطباع قوى بواقعيتها، ودعم مكانة المنتج و إثارة إنتباه المستهلك، فالخلفية الطبيعية مع البقرة و الجبال و المروج الخضراء أوحى بأن المنتج طبيعي وهو منتج من حليب البقر يرعى في المراعي، كما أن إعتداد شكل البيضواوي إسم العلامة دلالة على الأنوثة والحنان والليونة،⁴ وكلها إحياءات تُشير إلى الطبيعة، و إن إستخدام

¹ - إسماعيل عبد الحافظ العبيسي، المرجع السابق، ص 182.

² - فايزة يخلف، الأسس النفسية والفنية للصورة الإعلانية ، المرجع السابق ، ص 177 ، 178.

³ - معنى البابونج في لغة الزهور. متاح على الرابط: <https://ar.public-welfare.com/4045984-the-value-of-chamomile-flower-in-feng-shui-and-in-the-language-of-flowers>

: 30 - 2020 / 06 / 25 . of-chamomile-flower-in-feng-shui-and-in-the-language-of-flowers

⁴ - أمينة رقيق، المرجع السابق، ص 254 .

الخطوط المنحنية دلالة على الإبداع و التمرد، و قد أعطت إحساس بأنها طبيعية دون تكلف كما أن المنحنيات المتوازية في العلامة تصفي إحساسا بالحركة،¹ فهي توحى بأن المنتج فريد من نوعه، أما تحليل الدراسة التبوغرافية كتب إسم العلامة في وسط شكل بيضوي، أعطى إنطباعا بليوننة تحده مجموعة من الخطوط المنحنية معا تتماثل في سماكتها والمسافات الفاصلة بينها، بحيث خلقت إحساسا بالحركة وكأن المؤسسة توحى لعملائها بأنها تعمل دائما على منتجاتها، وأنها قادرة على العطاء أكثر. فقد إستُخدم نبط عريض ومتوسط في الكتابة و بطريقة منحنية ترمز إلى الحركة وعدم الإستقرار.²

كما نلاحظ أن كلمة حليب على العلبة تحت إسم العلامة بطريقة مستقيمة لتعبر عن الراحة و الإسترخاء، بنبط كبير و بلون الأزرق الذي أوحى بالإخلاص والوفاء،³ بالوعود التي يقدمها المشهر. و عند ملاحظة مسار القراءة نجده يبدأ من اليمين و ذلك إنطلاقا من مرجعية ثقافية عربية، وبذلك ساهم في حد كبير في توجيه نظر المتلقي، إن الجمع بين اللغة العربية و الفرنسية راجع للخلفية اللغوية التي يتميز بها المجتمع الجزائري، وقد إعتمد المشهر على اللوغو (العلامة) مكون من مجموعة حروف و يجدر الإنتباه إلى أن الحروف تصبح مع مرور الوقت عنصرا مرئيا وليس مقروءا و يتعرف الجمهور عليها دون قراءتها.⁴

¹ - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر، المرجع السابق، ص 90 ، 91 .

² - عبدة صبطي، نجيب بخوش، المرجع السابق ، ص 54 .

³ - توفيق عبد الرحمان توفيق جبريل، أثر اللون في الفراغات الداخلية على النشاط التسويقي للمراكز التجارية - حالة دراسة

- ، الجامعة الإسلامية، كلية الهندسة ، قسم الهندسة المعمارية، بحث مقدم للحصول على درجة تخصص الماجستير في

الهندسة المعمارية، غزة- فلسطين ، د.ت، ص 103 . متاح على الرابط :

<https://iugspace.iugaza.edu.ps/handle/20.500.12358/19744?locale-attribute=en> . 27 / 06 /

2020 - 30 :00.

⁴ - أمينة رقيق، المرجع السابق، ص 185 .

كما يتضح لنا أن هذه العلامة تحمل قيم المجتمع الجزائري، وذلك من خلال تسميتها بإسم له وقع في نفوس الجزائرية نسبتا إلى مؤتمر صومام،* الذي كان له أهمية في تحديد الكثير من مسارات الثورة الجزائرية ففي ذلك دلالة قيمة التاريخ و الإعتزاز به، كما نلاحظ وجود خطاب ألسني في أسفل العلبة يخص معلومات و خصائص المنتج جاءت بنبط صغير ولكن واضح وبطريقة أفقية ومستقيمة للتأكيد على جودة المنتج، فالمعلومات الغذائية، تعكس صورة العلامة التجارية وتستهدف الذين يبحثون عن نوعية و الأمان والثقة،¹ كما أن وجود نص " منبع الكالسيوم " و بخط متوسط لتؤكد على جودة الحليب، و نلاحظ أن صومام إعتمدت على البساطة فكرة وعمقها في كتابة الخطاب الألسني على العلبة. وفيما يخص تحليل المقاربة الفوتوغرافية فإن إستعمال اللقطة المتغيرة أعطى إنطباعا بالتحرك نحو الهدف،² وهو منتج حليب صومام، ففي البداية إستخدام المصمم اللقطة المقربة من خلال التركيز على الجودة والحفيدة للإظهار ملامحهما، التي تدل على تركية المنتج وإبداء علامات الرضى. و قد تم إختتام الومضة بلقطة جزء كبيرة ليظهر لنا الجد وكامل الديكور، ثم تبدأ الصورة بالجلاء شيئا فشيئا لتظهر أمامنا صورة المنتج، فقد لاحظنا من خلال التقطيع أن الجد كان دائما في جهة اليمين، وعند عرض المنتج ظهر في اليمين وخلف الجد، وهذا يدل على أن مؤسسة صومام تهتم بهويتها لتثبت إهتمامها بالقيم الأصيلة. فقد تم التعبير عن علاقة الجد بالحفيدة من خلال تشبيه الجد بالمنتج، بحيث أرادت أن تقرن الصفات التي تحبها الحفيدة في جدها بالصفات التي تريد أن يتمتع بها المنتج، وهي الأصالة والجودة و الأمان والحب، وبالتالي تمتد هذه الثقة والحب للأجيال الجديدة و تحقيق الولاء. وقد ساهم توظيف حركة تنقل بصري بالإكتشاف التدريجي لعناصر ديكور وخلقت نوع من التشويق، أما الزاوية العادية لجعل المتلقي يعيش نفس

* عقد مؤتمر الصومام في العام 1956م، بعد عامين من إندلاع الثورة التحريرية، ساهم في وضع إستراتيجيات متعلقة بالجوانب السياسية والعسكرية المتعلقة بجبهة التحرير الوطني، والتي تهدف بشكل أساسي إلى وضع مسار واضح ومحدد لها، والذي أقيم في وادي الصومام في منطقة بجاية.

¹ - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر، المرجع السابق، ص 88.

² - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 309 .

اللحظات التي تعيشها هذه الأسرة.¹ أما الإضاءة الطبيعية أعطت إحساساً بالأمل و التفاؤل،² وقد جاءت باتجاه الجد و المنتج لتوحي على أهميتهما كعنصرين فعالين في تمرير الرسالة والتأكيد على فكرة الومضة، بحيث توجهت الإضاءة للجهة اليسرى فهي توحى باقتراح الرجوع على الماضي والإستخدام التقليدي للمنتج،³ إنطلاقاً مما تعرفنا عليه من دلالات الألوان في اللقطات السابقة الموظفة في هذه الومضة، فإن إختيار هذه الألوان لم يكن إعتباطياً وإنما مدروساً، وذو دلالة فالإسقاطات اللونية تشير كلها إلى الراحة والهدوء و الإستمرار، و الإستقرار الصفاء والأمل و العطاء، فقد لاحظ علماء النفس أن الألوان الباردة تساعد على التطور التدريجي للتكيف والنشاط،⁴ وبالتالي تعزيز المعنى الذي يريد المعلن إيصاله للمتلقى، وفي هذه اللقطة برز اللون الأبيض الذي يرمز إلى الأمل والخير و التفاؤل والنقاء و الإستقرار،⁵ أعطى إحساساً بأن هذه الأسرة مستقرة ومرتاحة وسعيد و تمر بأيام جيدة جراء استهلاكها لهذا المنتج، كما وظف للدلالة على أمل المؤسسة في تحقيق رغبات المستهلكين وجعل حياتهم أفضل، كما أن المدونات اللونية موجود في علبة حليب صومام لون الأبيض هو لون الحليب مع لون الأزرق والأخضر كلها ألوان لها بعد إجتماعي تواجدت طوال الومضة، فهي تعبر عن مرجعية في إعادة نقل ألوان الطبيعة و إعتمادها في تغليف المنتج، بهدف ترسيخ منتج في ذهن المستهلك و تدعيم الفكرة الأساسية للومضة بأن المنتج طبيعي عضوي، والتي تضمنت دلالات الراحة والأمان والثقة والولاء وجودة المنتج، أما اللون البرتقالي والبني الذي وظف في ملابس الجدة للدلالة على الحب والدفء وترحيب الجدة بحفيدتها ، أما شخصية الجدة على

¹ - سميرة سطوطاح ، الإشهار والطفل ، المرجع السابق، ص ص 308 - 310.

² - ياسر أحمد حسن عمار، المرجع السابق ، ص 4.

³ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية، المرجع السابق ، ص 95.

⁴ - كلود عبيدة، الألوان (دورها ، تصنيفها ، مصادرها ، رمزياتها ، ودلالاتها)، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2013، ص 22 .

⁵ - محمد قاسم عبد الله، ثقافة الصورة والثقافة المرئية لدى الأطفال (قضايا تربوية - نفسية حديثة)، مجلة الطفولة العربية، جامعة حلب ، سورية، ع 71 ، د.ت، ص 26 . متاح على الرابط: <http://jac-kw.org/images/947.pdf> . 25 / 06 / 2020 - 18 : 20.

الرغم من الضوء الخافت الذي ألقى عليها فأنها تؤدي دورا في الإشهار يتراوح بين التأثير والتفاعل ، فهي جاءت لتؤكد على ترابط و إلتحام هذه الأسرة ، ولم تخرج عن الإطار المحتشم في لباسها وهو اللباس الذي تتميز به المرأة الجزائرية، وهو لباس يدخل في إطار مدونة إجتماعية تتم عن وفاق سوسيولوجي مبني على فكرة إحترم الذات والغير،¹ وتدل طريقة تسريحة شعرها على تطورها و تواجدها في البيت يوحي بالتمسك بالعادات، فالبيت في الغالب مجال المرأة الريفية الدائم بينما يقضي الرجل أكثر وقته في الحقل، في هذه اللقطة عدم وجود المؤثرات الصوتية لكي لا تشتت إنتباه المتلقي، والتركيز على الشعار لتثبيته في ذهن المتلقي ترافقه موسيقى هادئة زادت من لطف الفتاة وبساطتها.

ج- الرسالة الألسنية : الرسالة الألسنية المتمثلة في " ليحتفظ بكل بنتو وفوائده صومام بنتو في طبيعتوا .." ساهمت في ترسيخ فكرة الإشهار العامة، وهي جملة مختزلة جدا لجميع الملفوظات السابقة، والتي ساعدت في الكشف عن جوهر هذا الإشهار فهي خاتمة برهانيه من قبل مؤسسة صومام، لتؤكد على أنها تجمع بين كل ما هو طبيعي وتوافرها بجودة عالية و أمنه. فهناك تناسق بين ما هو أيقوني ولغوي بحيث أدت الرسالة وظيفة الترسخ فقد جاءت متزامنة مع اللقطة لتعبر عنها، وتؤكد على جودة الحليب ومذاقه وإجتماع الأسرة و الإبتسامة التي لم تفارق الجودة و الحفيدة لترسخ في ذهن المتلقي، بأن إقتناء الحليب سيجعل منهم سعداء سعادة مقترنة بالرضى. إن الإعتماد على المناظر الطبيعية الجميلة، و إعتبارها جزء لا يتجزأ من الإعلان كتعبير عن قيمة التوافق مع الطبيعة. فقد ركز الشعار إلى العودة إلى الطبيعة ونبذ كل ما هو صناعي،² أما شعار الومضة فقد قام بوظيفة الترسخ والمناوبة حيث تجلت وظيفة ترسيخ من خلال تكرار كلمة حليب صومام، لترسخ معنى واحد والذي أوحى به الصورة. أما وظيفة

¹ - محمد بوزيان شريفة ، الإشهار التلفزيوني والقيم الإجتماعية عند المرأة الجزائرية، ص 210. متاح على الرابط :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/31317> . 2020 / 06 / 25 - 15 : 16.

² - سامية عواج، التغير القيمي في المجتمع من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc نموذجا "، المرجع السابق، ص

المنافسة فقد قامت الرسالة مقام إحياءات الصورة، وفي نفس الوقت لتعزيز معناها الحقيقي والجوهري، وهو أن هذا الحليب طبيعي عضوي خالي من أي معالجة إصطناعية*.

IV. تحليل إشهار حليب لوفلي "lovly" وفق مقارنة رولان بارث .

❖ **المستوى الوصفي :** إشهار تلفزيوني جزائري يروج، لمنتوج حليب لوفلي يبيث هذا الإشهار على قناة البلاد tv، أنظر للملحق رقم (03).

1. **تعريف بالمرسل:** عدم توفر معلومات عن المؤسسة المنتجة لحليب لوفلي.

2. **شعار الومضة:** حليب لوفلي صحة وسعادة .

3. **فكرة الومضة:** تقوم فكرة هذا الإشهار على الترويج، لمنتوج حليب لوفلي إنطلاقاً من تصوير أسرتين نوويتين، يتناولون فطور الصباح في المطبخ .

4. **تعليق الإشهار:** حليب لوفلي بنين بنين بنين بنين ، كلو فيتامين لوفلي شحال بنين. ولادنا لحوين يحبو لوفلي الزين، ما يشربوا غيرو يحمر الخدين آه آه. كيفتحوا العنين على لوفلي يحوسوا، صحا سعادة يذقو ما يقل لا لا صحي شحال بنين بنين بنين بنين وين نلقاه وين وين وين ، حليب لوفلي بنين بنين بنين وين نلقاه وين وين، حليب لوفلي صحة وسعادة .

عنوان الومضة : حليب لوفلي .

مدة الومضة : 40 ثانية .

عدد اللقطات : 15 لقطة .

*وهنا نلاحظ أنه تم نسب صفة الطبيعة لهذا المنتج دون سواء ، فشركة صومام تتميز بإملاكها لمزارع الألبان.

❖ المستوى التعيني :

- التقطيع التقني للفيلم الإشهاري :

تم أخذ أهم اللقطات التي تخدم دراستنا المتمثلة في دلالة القيم الأسرية في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل ، حيث تم إختيار 05 لقطات من هذا الإشهار للقيام بتحليلها سميولوجيا حسب مقارنة رولان بارث .

الجدول رقم (4): التقطيع التقني لومضة حليب لوفلي " lovly " .

شريط الصوت			شريط الصورة				
المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	نوع الموسيقى الموظفة	الجو العام للقطعة	زاوية التصوير	حركة الكاميرا	نوع اللقطة	مدة اللقطة
/	حليب لوفلي بنين بنين بنين بنين كلو فيتامين ...	موسيقى إيقاعية	تظهر الأم وهي تقف أمام خزانة المطبخ لتتناول علبة حليب لوفلي ومن ثم تضعها على رخامة المطبخ وبعدها تذهب بإتجاه اليسار وفي الخلفية يظهر الأب والعمة و هما يجلسان على طاولة المطبخ .	عادية	حركة بانورامية من اليمين إلى اليسار	لقطة أمريكية	03 ثا

04 	03 ثا	لقطة متوسطة	حركة تتقل بصري زوم أمامي	عادية	تظهر الأم من الجهة اليسار وهي تلتقط علبة حليب لوفلي من على رخامة الأمامية للمطبخ وهي ترقص بإتجاه العمة التي كانت أمام موقد الغاز لتقدمها لها .	//	ولادنا لحلوين يحبو لوفلي الزين ..	/
08 	02 ثا	لقطة جزء صغيرة	ثابتة	عادية	تظهر الأسرة مجتمعة على طاولة الإفطار حيث كان كل من الأب والعمة والولد والبنت جالسين أما الأم واقفة لتقدم لهم الحليب .	//	يحيوسوا صحة وسعادة ..	/
14 	03 ثا	لقطة مقربة	حركة تتقل بصري	عادية	ظهور ولد وهو جالس في الجهة الأمامية للمطبخ يمسك بيده كأس حليب وتقابله علبة حليب لوفلي وفي الخلفية تظهر نفس الأسرة وسط المطبخ مع ظهور بنت ترقص وهي واقفة وطفل صغيرة بجانب العمة أمام طاولة المطبخ .	//	وين نلقاه وين وين ..	/

/	حليب لوفلي بنين ونلقاه وين وين وين " حليب لوفلي صحة وسعادة .."	//	تظهر مجموعة من علبة حليب لوفلي وسط خلفية زرقاء	عادية	ثابتة	لقطة متغيرة	10 ثا	15 
---	---	----	---	-------	-------	----------------	-------	---

اللقطة رقم : (01) .

أ- **المستوى التعييني** : تظهر لنا هذه اللقطة الأم وهي في وضعية وقوف، في وسط مطبخ بطراز عصري بحيث كانت يدها اليمنى على باب خزانة المطبخ والأخرى تحمل علبة حليب لوفلي، ومن ثم تتحرك الأم بحركات دائرية وكأنها ترقص وهي تردد أغنية الومضة، لتتجه مباشرة إلى الرخامة الأمامية للمطبخ، وتضع عليها علبة حليب لوفلي، ومن ثم تذهب باتجاه يسار الصورة، وفي الخلفية يظهر الأب مع امرأة و كل منهما يوجه نظرها إلى الأخرى، بحيث تبدو على كليهما ملامح الراحة أثناء تبادل أطراف الحديث. أما الدراسة التبوغرافية تمثلت في إسم علامة المنتج الذي يوجد في أعلى العلبة، كتب ببند عريض وكبير مقارنة بالمعلومات الأخرى التي كانت موجودة على العلبة. أما الدراسة الفوتوغرافية تتدرج هذه اللقطة ضمن اللقطات الحكائية وهي اللقطة الأمريكية بالزاوية عادية، وبحركة بانورامية من اليمين إلى اليسار. أما جدلية الضوء والظل فقد وظف المصمم نوعين من الإضاءة، الإضاءة الطبيعية والتي تمثلت في الضوء الصادر من باب الشرفة، أما الإضاءة الاصطناعية تعتمد على إضاءة المطبخ و الإضاءات الجانبية التي كانت تحت خزانة المطبخ وقد كانت الإضاءة متساوية. وفيما يخص المدونة اللونية إرتأينا التركيز على الألوان البارزة في الصورة نظرا لكثرة الألوان، و قد غلب على الصورة اللون الأبيض الذي ظهر في طلاء الجدران كما ظهر في خزانة المطبخ والطاولة وباب الشرفة، وحتى الستائر مع بروز اللون الأسود الذي ظهر في الرخامة المطبخ ، واللون البرتقالي الذي ظهر في ملابس الأم. أما فيما يخص الشخصيات ظهرت الأم في مرحلة الشباب، بلباس عصري بسيط متمثل في قميص وسروال جينز، وبشعر منسدل بلون أسود، وبحكم ظهور باقي الشخصيات في الخلفية لم نستطيع تحديد الملامح بدقة. أما شريط الصوت فقد اعتمد المصمم على الموسيقى إيقاعية غنائية و بأداء نسوي، مع عدم وجود مؤثرات صوتية.

ب- **المستوى التضميني** : تُظهر لنا هذه اللقطة العديد من الدلالات والإيحاءات، حيث توجي بأن المرأة الجزائرية هي المسيرة لميزانية الأسرة وهي التي تقتني المنتجات الاستهلاكية، فطريقة

حملها للمنتج وهي ترقص ومبتسمة وعيونها تُركز على المنتج، الذي إختارته للأسرتها توحى بسعادتها ورضاها عن المنتج، وهنا تظهر لنا قيمة السعادة والمرح. وقيمة الرقص والذي له " قيمة موظفة ومستثمر إجتماعيا وفرديا في المجتمع الجزائري، إنه يجدد في ذاته رمزا، هو خلق مجال قوة، ومجال سيطرة على المكان".¹ فهو يوحي بمكانتها داخل هذه الأسرة، ودلالة علي قيمة التطور و الإحترام الإجتماعي وهي من القيم الغائية التي تعكس الوضعية الحالية للمرأة في المجتمع الجزائري.² حيث تؤكد الباحثة **بوخدوني صبيحة** " أن مركز السلطة الأسرية عرف تغير، فبعدما كانت السلطة في الأسرة الممتدة التقليدية مقتصر على الرجال فقط، إلا أننا نجد حاليا مؤشرات تدل على أن المرأة بدأت تكتسب مواقع جديد في الأسرة والمجتمع من خلال مشاركتها لزوجها في إتخاذ القرارات".³ وتشير إلى أن الأم هي المستهدف الأول من هذا الإشهار، كما يوحي المطبخ العصري بأن هذه الأسرة ذات مستوى معيشي ممتاز، و دلالة على قيمة التمييز الطبقي و إن هذا المنتج موجه إلى طبقة ذات مدخول جيد، أما وضعية الشخصيات في خلفية الصورة توحى بعلاقة قرابة بينهم، فوضعية قدمي المرأة مستوية أمام الكرسي هي وضعية إسترخاء.⁴ وتوحي بأن هذه المرأة مرتاحة وهي تتحدث مع الأب و تؤكد لنا بأن هذه المرأة قريبة من هذا الرجل و أنها أخته.

وفيما يخص تحليل الدراسة التبوغرافية يظهر إسم العلامة موجود في اللعبة، حيث حاول المصمم تدعيم مكانة العلامة و ترسيخها في ذهن المتلقي.* ولقد ساهم توظيف اللقطة

¹ - مليك زعلان ، المرجع السابق ، ص 209 .

² - عبد الحفيظ مقدم ، **القيم الإجتماعية في المجتمع الجزائري** - دراسة مسحية - ، مجلة حوليات، جامعة الجزائر 1، ع (6)، دت، ص 18. متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/42773> . 28 / 06 / 2020 - 30 : 19.

³ - أمال بن عيسى، المرجع السابق، ص 333.

⁴ - جوزيف ميسنجر، المرجع السابق ، ص 181.

* نظرا لتكرار صورة المنتج طوال الومضة و إختتام الومضة بصورة كاملة عن المنتج سوف نقوم بتحليل الدراسة التبوغرافية في اللقطة الأخيرة لتفادي التكرار المعلومات.

الأمريكية في نقل حركات و أفعال الأم،¹ ووظفت الزاوية عادية لخدمة الأهداف الموضوعية للتصوير،² ونقل المتلقي إلى جو الومضة، كما أن توظيف حركة البانورامية ساهمت في الوصف التدريجي للديكور والشخصيات،³ إن إعتقاد المصمم على الإضاءة المتساوية والمشرقة حملت دلالات الصراحة و التفاؤل،⁴ وسمحت بتحديد وقت تصوير الومضة الذي كان في الصباح. وفيما يخص تحليل المدونة اللونية فقد تم إستخدام نظرية التباين اللوني بين الأسود والأبيض في تصميم ديكور المطبخ،⁵ فاللون الأسود يعد مصدرا من مصادر القوة كما يرمز إلى الهدوء المريح والعميق في مقابل الفرحة و الذي يحدثه النور،⁶ وقد غلب على الصور اللون الأبيض وهو من الألوان الإضافية، هو لون محبب إلى النفس لأنه يبعث فيها الراحة و الطمأنينة، كما أنه يمثل في القرآن الكريم وجوه السعادة والرحمة،⁷ تجسد في قوله تعالى: ﴿وَأَمَّا الَّذِينَ ابْيَضَّتْ وَجُوهُهُمْ فَفِي رَحْمَةِ اللَّهِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾⁸ وهو يحيل إلى الهدوء والراحة التي تنعم بها هذه الأسرة و ساهم في تعميق قيمة السعادة والحب، كما يُشير إلى أمل المؤسسة في تحقيق رغبات المتلقي.

أما اللون البرتقالي الذي تجسد في ملابس الأم يوحي بأنها شخصية مرحة و إجتماعية،⁹ هو لون السعادة أوحى بالثقة والترحيب الذي تكنه الأم لهذا المنتج،¹⁰ فهو يرمز إلى الطاقة و دل

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار و الطفل، المرجع السابق، ص 308.

² - الزهرة بريك، المرجع السابق، ص 18.

³ - سميرة سطوطاح، الإشهار و الطفل، المرجع السابق، ص 310.

⁴ - ياسر أحمد حسن عمارة، المرجع السابق، ص 4.

⁵ - توفيق عبد الرحمان توفيق جبريل، المرجع السابق، ص 64 .

⁶ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية ، المرجع السابق، ص 85.

⁷ - حنان عبد الفتاح محمد مطاوع، الألوان ودلالاتها في الحضارة الإسلامية مع تطبيق نماذج من المخطوطات العربية ، مجلة الاتحاد العام للأثاريين العرب ، د.م ، ع 18 ، 2016 . ص 423 . متاح على الرابط :

https://jguaa.journals.ekb.eg/article_4755_f48dd5d6a82a66d81c5bdb6dd55da565.pdf . 15 /

06 / 2020 - 15 : 11.

⁸ - سورة آل عمران ، الآية (107) .

⁹ - ألوان الملابس : كيف يعبر إختيار الألوان عن شخصية صاحبه ؟ ، الموقع السابق .

¹⁰ - كلود عبيدة ، المرجع السابق، ص 30.

وجود نص لذا لا يمكن تطبيقها، أما الدراسة الفوتوغرافية تتدرج هذه اللقطة ضمن اللقطات الحكائية وهي اللقطة المتوسطة plan moyen¹، وبزاوية عادية وحركة تنقل بصري (زوم أمامي)،² وقد إعتد المصمم على الإضاءة أساسية existing light وهي الإضاءة التي تكون موجودة بصورة طبيعية في مكان التصوير،³ والتي كانت صادرة من المصابيح الكهربائية و النافذة وشرفة المطبخ. أما المدونة اللونية تواصل نفس الألوان السابقة مع بروز اللون الوردي في ملابس العمة، و اللون الأزرق الغامق في سروالها. الشخصيات ظهور العمة والتي تبدو أيضا في نفس عمر الأم بلباس عصري و بشعر منسدل أسود. مع تتابع نفس العناصر التركيبية لشريط الصوت.

ب- **المستوى التضميني** : تُظهر صورة الأم وهي في كامل سعادتها وحيويتها، وقد أوجت بتزكيتها للمنتج ورضاها عنه وأنه لا هم لها سوى صحة وسعادة أطفالها، وفي ذلك دلالة على القيم الدائمة وهي القيم التي تدوم زمنا طويلا وتمتد جذورها إلى أعماق التاريخ ومنها المحبة والسلامة والصحة، ونجد مجموعة من القيم الغائية التي حدها روكيش ومن بينها الحرية والسعادة و الإنسجام والتناغم الداخلي،⁴ فقد أشارت هذه الومضة لقيمة الحرية بطريقة غير مباشرة بالنسبة للمرأة وهو ما يتماشى مع المجتمع المعاصر، كما أن وضعية العمة و هي تقوم بمساعدة الأم في تحضير الحليب دلالة على قيمة التعاون، وهي من القيم الأسرية التي تتميز بها الأسرة الجزائرية، وهذا ما يؤكد المثل الشعبي الجزائري " إيد وحدي ما تسفق " وفي ذلك دلالة أهمية التعاون التي حث عليها ديننا الحنيف، فالخطاب التربوي للأسرة المسلمة ينبغي أن

¹ - منى حديدي، المرجع السابق، ص 81.

² - سميرة سطوطاح، **الإشهار والطفل**، المرجع السابق، ص 312.

³ - **أنواع الإضاءة في التصوير الفوتوغرافي متى وأين يستخدم كل نوع؟**، الموقع السابق .

⁴ - إبراهيم السيد أحمد السيد ، **البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز** - دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية-، رسالة دكتوراء ، معهد البحوث والدراسات الآسيوية ، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة الزقازيق ، مصر ، 2005، ص 20 . متاح على الرابط

<https://www.manaraa.com/upload/f8297fbd-a6f3-4f95-93d2-31ff0900c0ed.pdf> . 15 / 06 /

يكون قائماً على التعاون والتساند والتكافل، إمتثلاً لتوجيه النبوي الشريف: « **إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا - وَشَبَكَ بَيْنَ أَصَابِعِهِ** »¹، إذ تعتبر من القيم المهمة في حياتنا اليومية، كما توحى بقيمة صلة الرحم و الزيارات العائلية وهي من القيم الإسلامية، فقد دعا رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى صلة الأرحام في جميع الأحوال، وأن تقابل القطيعة بالصلة حفاظاً على الأواصر و العلاقات، وترسيخاً لمبادئ الحب والتعاون والوئام،² فقد بينت الدراسات أن الأسرة الجزائرية لا تزال تتواصل وبأشكال عديدة مع أقاربها.³ يتضح لنا من خلال إرتداء كل من الأم والعمة لساعة بأنهما تحرصان وتوليان أهمية للوقت، وفي ذلك دلالة على قيمة الوقت لما له من أهمية كبيرة في الحياة، ولقد أقسم الله تعالى بالوقت تأكيداً على أهميته، في قوله تعالى: ﴿ **وَالْعَصْرِ (1) إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ (2)** ﴾⁴، فحسن إدارة الوقت و إغتنامه من متطلبات الحياة المعاصرة. أما فيما يخص اللقطة الحكائية المتوسطة ساهمت في وضع المتلقي في علاقة حميمية مع الممثلين فيحس كأنه موجود معهم في نفس الوقت والمكان،⁵ والزاوية العادية خلقت إحساس بواقعية هذه الصورة،⁶ كما ساهمت حركة التنقل البصري في تعجيل حركة الشخصية وتتبعها،⁷ وظفت الإضاءة أساسية ومتساوية من أجل جعل الصورة تبدو عفوية وتلقائية وطبيعية أكثر.⁸ أما المدونة اللونية نلاحظ إستمرار نفس الألوان في الصورة السابقة مع بروز اللون الوردي وهو لون يمنح المرأة إطلالة أكثر براءة وطفولة وعكس أنوثتها

¹ - رائد جميل عكاشة ، منذر زيتون عرفات ، الأسرة المسلمة في ظل التغيرات المعاصرة ، دار الفتح للدراسات والنشر ، ط1 ، عمان ، 2015 ، ص 90 .

² - سعيد كاظم الغذاري ، آداب الأسرة في الإسلام ، مركز الرسالة ، ط2 ، دم ، د.ت ، ص 103 .

³ - أمال بن عيسى ، المرجع السابق ، ص 335 .

⁴ - سورة العصر ، الآية (1-2) .

⁵ - سامية عواج ، خطوات تحليل الفيلم الإشهاري - من أسلوب تحليل المضمون إلى أسلوب التحليل السميولوجي - ، المرجع السابق ، ص 344 .

⁶ - نبيل شايب ، المرجع السابق ، ص 104 .

⁷ - سميرة سطوطاح ، الإشهار والطفل ، المرجع السابق ، ص 312 .

⁸ - أنواع الإضاءة في التصوير الفوتوغرافي متى وأين يستخدم كل نوع ؟ ، الموقع السابق .

وجراتها وقوتها،¹ كما يرمز اللون الأزرق الناصع إلى الإخلاص والوفاء.² أما العمة و الأم والأب هي شخصيات تحمل كافة المقومات المعاصرة، و هذا ما نلاحظه في الملابس، إذ يمكن للملابس في حد ذاتها أن تعكس تطور في القيم الاجتماعية لأي مجتمع إضافة إلى قيم الذوق الجمالي،³ وهذا ما يظهر من خلال نمط الحياة والملابس و الديكور، و طريقة التعامل و و حتى إستعمال المرأة للوازم التجميل فهي كلها تعكس قيم غربية دخيلة وليس واقع المجتمع الجزائري ، حيث لم تتأخر الفتاة الجزائرية في إستجابتها لهذه النزعة، إذ لم تدخر جهدا في تقليدها للنمط الغربي في اللباس و إتباع الموضة،⁴ إذا هذه الصورة التي يسوقها المشهر للمرأة لا تعكس سوى جزء لما هو عليه المجتمع الجزائري، بل تجسد الجانب الحضري في نموذج مثالي وجميل وهنا تظهر قيمة سلبية منافية لقيمة الحشمة والعفة، فالإحتشام بالمعنى السابق يعبر عن سلوك إيجابي يعكس قيما إيجابية من شأنها الحفاظ على كيان المجتمع ككل وليس المرأة وحدها.⁵ وقد حدد القرآن سلوك المرأة المحتشم في وصفه للباس في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ﴾⁶، فقد كانت المرأة الجزائرية تتميز بإرتدائها كل ما هو فضفاض ومستور و بالتالي هي صورة مؤثرة على الجيل الجديد، خاصة أن الطفل يتعلم عن طريق المحاكاة والتقليد. كل هذه القيم الغربية دخيلة من الممكن أن تؤثر على الفتاة المسلمة، ومن شأنها أن تحدث شرخا في القيم. مع تتابع نفس الأجزاء التركيبية لشريط الصوت في الصورة السابقة .

ج- الرسالة الألسنية : ظهر مدلول الرسالة بشكل واضح و الذي تمثل في " ولادنا لحلوين يحبو لوفلي الزين .."، وهو ما زاد من ترسخ معنى الصورة من خلال عرض الأم، وهي مبتسمة

¹ - مصمموا الأزياء 2020 يفضلون ألوانا زاهية على منصات العروض، صحيفة العرب ،السنة 42، ع 11962، الأحد

23 / 02 / 2020، ص21، متاح على الرابط : <https://alarab.co.uk/> . 20 / 06 / 2020 - 24 : 14.

² - توفيق عبد الرحمن توفيق جبريل، المرجع السابق، ص 103.

³ - الزهرة بريك، المرجع السابق، ص 24.

⁴ - نسيم طيشوش، المرجع السابق، ص 158.

⁵ - سلوى السيد عبد القادر، المرجع السابق، ص 59.

⁶ - سورة الأحزاب، الآية (59).

وسعيدة تشارك علة الحليب لوفلي مع عمة أطفالها وهي ممثلة بالحيوية والنشاط، فحدد بذلك جملة من المعاني الناتجة عن الصورة ورسخته في ذهن المتلقي.

اللقطة رقم: (08).

أ- **المستوى التعييني:** تظهر في هذه الصورة أسرة نووية مجتمعة على طاولة مطبخ مستديرة تتكون من أربعة كراسي، بحيث كان الأب جالس على الطاولة ونظره متجه إلى ابنه وهو يتحدث معه، و بجانبه العمة التي كانت تضع يدها على يد ابنة أخيها وهي تتكلم معها، فحين أن الأم كانت في وضعية وقوف تتوسط الأب وأخته، وهي تحمل إبريق زجاجي شفاف مملوء بالحليب أين كانت تسكب الحليب لعمة أطفالها. مع عدم تواجد نص لذا لن نطبق الدراسة التبوغرافية، أما الدراسة الفوتوغرافية تتدرج هذه اللقطة ضمن اللقطات التي لها علاقة بديكور و هي اللقطة الجزء صغيرة ، وبزاوية ثابتة وبحركة كاميرا عادية على مستوى النظر . الإضاءة نلاحظ أن الإضاءة جاءت في سياقها الطبيعي، وقد إعتد المصمم على الإضاءة الصادرة من الشرفة ونافذة المطبخ، أما المدونة اللونية تتابع نفس الألوان مع ظهور اللون البيج في ملابس الأب والبرتقالي في ملابس الابن و بروز اللون الوردي في ملابس الابنة، مع ظهور شخصية الابن الذي كان يلبس كنزة صوفية بلون برتقالي، و الابنة تلبس أيضا كنزة صوفية بلون وردي بتسريحة شعر منسدل مع ربطة شعر وردية. مع تتابع نفس العناصر في شريط الصوت.

ب- **المستوى التضميني :** توحى هذه اللقطة بالعديد من الإيحاءات المختلفة، فمن خلالها نفهم أن هذه الأسرة النووية تستضيف أحد أقاربها وهي العمة، فالطاولة بأربعة كراسي تؤكد أن هذه العائلة تتكون من أربعة أفراد، ونلمس من خلال إجتماعهم دلالة على قيم إجتماعية منها اللطافة، والحب و قيمة من قيم تكامل الشخصية هي السعادة،¹ كما أن وضعية الأب باتجاه ابنه توحى بعلاقة القوية بين الأب و الابن. فالأب ينظر بتلهف إنتماء الابن له،² دلالة على

¹ - خيرة بن مفتاح، المرجع السابق، ص 141.

² - نسيمه طبشوش، المرجع السابق، ص 154.

قيمة الذكورة فالطفل الذكر خاصة البكر يعطي للعائلة هويتها ويسمح بإستمرارها،¹ فمازال هناك تفضيل لإنجاب الذكور في المجتمع الجزائري، وقد ظهر الأب بصورة نمطية للرجل الجزائري وهو جالس على الطاولة ينتظر تقديم الفطور من قبل زوجته، وفي هذا دلالة على أن الأب يحمل بعض من القيم التقليدية، وهي عدم مشاركة رجل للمرأة في أعمالها المنزلية، كما أن إبتسامة العمة و طريقة نظر بإتجاه ابنة أخيها وهي تضع يدها على يدها، توحى باللحمة الأسرية والترابط الذي تتميز به الأسرة الجزائرية، حيث ترمز راحة اليدين أيضا على التواصل بواسطة اليدين،² و تحمل دلالات الدعم المعنوي و العاطفي و الوجداني الذي تتميز به الأسرة الجزائرية، و دلالة على قيمة التواصل و الرحمة و التي حث عليها دين الإسلامى تجسدت في قوله تعالى: ﴿رُحَمَاءَ بَيْنَهُمْ﴾³، فالرحمة هي لب الجماعة المسلمة و روح التعامل و التفاعل فيما بين أعضائها،⁴ وفي هذا دلالة على قيمة الأسرة. كما توحى وضعية الأم وهي تقوم بواجبات الضيافة من خلال سكب الحليب للعمة على قيمة إكرام الضيف و هي من القيم التقليدية التي يتبناها المجتمع الجزائري، إن إكرام الضيف من مكارم الأخلاق ومن الخصال الحميدة التي حث عليها الأنبياء، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : « مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ ».⁵ بينما يدل توظيف طاولة المستديرة على ترابط و اللحمة الأسرية حيث ترمز الدائرة إلى الكلية غير قابلة للتجزئة.⁶ إن إعتداد المصمم على اللقطة الجزء الكبير

¹ - الطيب العماري، التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري إشكالية الهوية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الإجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 434، متاح على الرابط: <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-05-ssh/1856-2014-02-23-10-00-46> . 05-ssh/1856-2014-02-23-10-00-46 . 20 : 19 - 2020 / 04 / 12 .

² جوزيف ميسنجر، المرجع السابق، ص 68.

³ - سورة الفتح، الآية (29).

⁴ - نادية محمود مصطفى و آخرون، القيم في الظاهرة الإجتماعية، دار النشير للثقافة والعلوم، ط1، مصر، 2011، ص 470 .

⁵ - أحمد عبد الرزاق البكري ، الأربعين النووية للإمام ابن زكرياء يحيى بن شرف النووي ، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ، ط4 ، مصر ، 2007، ص 12.

⁶ - أمينة رقيق ، المرجع السابق، ص 253.

ساهم في إبراز الشخصيات في جو درامي وفي سياقها الاجتماعي،¹ كما أن اعتماد الزاوية العادية وحركة الكاميرا الثابتة خلقت إحساسا بواقعية الصورة وساهمت في نقل المتلقي ليعيش نفس اللحظات التي تعيشها هذه الأسرة، الإضاءة الطبيعية سمحت بتحديد وقت تصوير الومضة وهو الفترة الصباحية .

أما دلالة الألوان اللون البيج و هو من الألوان المحايدة، الذي ظهر في كنزة الأب إذ تعتبر ألوان الملابس البيج دليلا على الشخصية الهادئة المتصفة بالرزانة والعقلانية، كما تتصف بأنها واثقة من نفسها مع القناعة بالواقع الذي يعيشه،² أما اللون البرتقالي والوردي في ذلك إحياء بقيمة هذا المنتج وأثره الإيجابي على صحة المستهلك، أما الشخصية الإبن و الإبنة يرمزان إلى مستقبل الزاهر للشركة و إستمرارها في العطاء والتطوير منتجاتها. إستمرار نفس العناصر التركيبية لشريط الصوت .

ج- الرسالة الألسنية : تجسدت وظيفة الرسالة بالترسيخ والتي تمثلت في " يحوسوا صحة وسعادة .. " أين قامت الرسالة بتأكيد وترجمة دور المنتج في جمع هذه العائلة وسعادتها وكذا صحتها، وهذا ما أكدته الصورة أيقونيا وقامت الرسالة بترسيخه و تأكيد فعالية المنتج .

اللقطة رقم (14) :

أ- المستوى التعيني : يظهر في هذه اللقطة طفل صغير يجلس في الجانب الأمامي من المطبخ وهو يمسك بيده كأس حليب و بجانبه علبة من حليب لوفي، ونظره متجه إلى وسط المطبخ أين كانت الأسرة مجتمعة بحيث يظهر كل من الأب و العمة، و الإبن، و الإبنة، و الأم في نفس الوضعيات السابقة، مع بروز طفل صغير يظهر من الخلف يقف بجانب العمة وطفلة صغيرة تلبس سماعات، وقد كان كل أفراد الأسرة ينظرون إلى الكاميرا مباشرة، وهم يقومون بترديد أغنية الومضة في جو مليء بالفرح و الحيوية. وفيما يخص الدراسة التبوغرافية بروز إسم المنتج في العلبة، أما الدراسة الفوتوغرافية إعتد المشهر على اللقطة المقربة وهي

¹ - سميرة سطوطاح ، المرجع السابق ، ص 308 .

² - ألوان الملابس : كيف يعبر إختيار الألوان عن شخصية صاحبه ؟، الموقع السابق .

من اللقطات الحكائية حيث تقوم بتأطير الجزء الأمامي من الشخصية،¹ بحركة تنقل بصري و بزوايا عادية . أما الإضاءة فقد دمج المصمم ما بين الإضاءة الطبيعية و الإصطناعية، أما المدونة اللونية تتابع نفس الألوان مع ب بروز اللون الرمادي في ملابس الإبن مع اللون الأسود و اللون البني، أما الشخصيات نلاحظ تواجد أطفال في الإشهار بنتين و ثلاث أولاد. مع تتابع نفس الأجزاء التركيبية لشريط الصوت.

ب- **المستوى التضميني** : صَوَّرَ الطفل وهو جالس في الجهة الأمامية للمطبخ وهو يضع يده على كأس الحليب وتقبله علبة الحليب بطريقة توحى بوجود رابط من نوع ما، وهي أن حليب لوفلي هو المفضل لديه وفي ذلك محاولة من المشهر تركية المنتج وتقوية حضوره، كما أن وضعية الطفل الجامدة وغير متفاعلة مع أسرته دلالة على قيمة الفردية وهي قيمة منافية للقيمة الجماعية التي تتميز بها الأسرة الجزائرية، إذ يساعد وجود مثل هذه القيمة في الإعلان على تقبل فكرة الإنسان الوحيد، الذي يستطيع العيش مستقلا بنفسه و لا يهتم بوجود عائلته أو أصدقائه،² فالفردانية individualisme خاصية مميزة للمجتمعات الصناعية الحديثة بحيث " يعتبر الفرد الوحدة المرجعية الأساسية، سواء بالنسبة إليه بالذات أو بالنسبة للمجتمع،³ بحيث تم التركيز على المنتج و الطفل و هما منعزلان عن الأسرة، إن هذه القيمة تستعمل كمثير إعلاني يركز على التقدم الفردي و الرغبة في الظهور بشكل مختلف عن الجماعة.⁴ كما إن وضعية العائلة وهي تنظر إلى الكاميرا مباشرة، هو نظام الخطاب يمكن القارئ من المشاركة المباشرة، إن الصورة من خلال " أنا " تتوجه مباشرة إلى المرسل إليه و تقوم بوظيفة أساسية

¹ - سامية عواج، خطوات تحليل الفيلم الإشهاري - من أسلوب تحليل المضمون إلى أسلوب التحليل السميولوجي - المرجع السابق، ص 344.

² - سامية عواج، التغير القيمي من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc نموذجا "، المرجع السابق، ص 498.

³ - فاطمة الزهراء بلحيدة ، محمد حمداوي، القيم الأسرية بين الثبات والتغير : قيمتا الجماعية والشرف ، مجلة التدوين، د. م ، مج (7)، ع (15)، 30 جانفي 2020، ص 152. متاح على الرابط :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/109058> . 25 / 03 / 2020 - 25 : 15.

⁴ - عواج سامية، التغير القيمي من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc نموذجا "، المرجع السابق، ص 496 .

للمشاركة،¹ وفي ذلك دلالة على قيمة التفاخر والتباهي. كما نلمس قيمة إجتماعية وهي قيمة المرح و روح الشباب و الإنطلاق ظهرت من خلال إبراز المشهر مدى سعادة أفراد هذه الأسرة التي ظهرت في حركاتها و أفعالها و تعبيراتها من رقص و مرح و غناء بحيث خلق صورة سعيدة لنموذج أسرة مثالية، و ذلك من خلال إستخدام شخصيات شابة و التركيز على الجيل الجديد،² و بالتالي التركيز على إظهار صورة غير واقعية خيالية لعائلة خالية من المشاكل و هي صورة لا تتماشى مع واقع الذي يعيشه الطفل مع أسرته في حياته اليومية. مع بروز قيم الإستهلاكية من خلال تركيز المشهر على الرضى و الفرح نتيجة إستهلاك هذه الأسرة للمنتج، و ظهرت هذه القيمة في الإعلان من خلال حث المستهلك على تجربة السلعة،³ و ذلك من خلال حركات اليد الدائرية وفي ذلك إحياءات مرجعية تستعمل عندما يريد شخص السؤال عن شئ ما. و هذا ما أكدته الخطاب الألسني المتمثل " في وين نلقاه وين وين .." و في دلالة على دعوة صريحة من المشهر لإقتناء المنتج وتثبيت فكرة تجربة هذا المنتج في ذهن المشاهد، و يتضح لنا أن هذه الصورة تركز هنا على تعميق المادية على حساب كل الأسس الروحية و ذلك بإقناع المتلقي بأن المتعة الحقيقية في الحياة إنما تقاس بدرجة الإمتلاك المادي للمنتجات الجديدة،⁴ إن تواجد مجموعة من القيم التي تمجد المادية و الفردية و الأنانية من شأنها زعزعة النظام القيمي للأسرة . أما تحليل الدراسة التبوغرافية بروز إسم العلامة على علبة حليب لإبراز أهمية المنتج وأنه يتوفر على المكونات التي ستمنح المتلقي الحياة السعيدة، كما أن إعتداد المشهر على اللقطة المقربة للتركيز على شخصية الطفل و المنتج وإظهارها بغية شد إنتباه المتلقي إليها وترسيخ العلامة التجارية و تأكيد بأن هذا المنتج متوفر في الأسواق، و أن المنتج موجه للأطفال و إحياء بفعاليته. كما إن الإعتداد على حركة التنقل البصري ساهمت

¹ - ديفيد فيكتروف، تر: سعيد بنكراد، المرجع السابق، ص 132.

² - ناجح مخلوف، سامية عواج، المرجع السابق، ص 430.

³ - سامية عواج، التغير القيمي من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc نموذجا "، المرجع السابق، ص 504.

⁴ - ناجح مخلوف، سامية عواج، المرجع السابق، ص 427.

في الوصف التدريجي لشخصية الطفل وأضفت نوعاً من التشويق.¹ و زاوية عادية وهي التي تضع المتلقي بشكل مباشر مع المركز البصري و بالتالي سمحت للمشاهد بمعايشة جو الفرح والسعادة الذي تعيشه الأسرة جراء إستهلاك منتج لوفلي، وظفت الإضاءة أساسية ومتساوية من أجل جعل الصورة تبدو عفوية وتلقائية وطبيعية أكثر،² بحيث خلقت إحساساً بالواقعية لتمنح المتلقي إحساس بالتآلف، و بالتالي التأكيد على جودة المنتج، أما دلالة الألوان من خلال تحليل الألوان السابقة حاولت الومضة أن تجمع بين اللون الأبيض و الأسود و الأصفر والبرتقالي و الوردي لتبين أنها الأفضل بخدماتها التي تمنح الحيوية والنشاط والقوة، لكن يتضح أن توظيف الألوان كان إعتباطياً، و لم يكن مدروساً خاصة في ملابس الشخصيات فقد كثرة إستخدام الألوان التي لم تساهم في تدعيم فكرة الومضة. فالمشهر لم يحرص على إستخدام التقنيات اللونية خاصة في ربط اللون اللباس و كذا الديكور بلون السلعة ليدعم جودة السلعة، فاللون الرمادي في ملابس الطفل هو لون حيادي يميل إلى الكآبة.³ و يوحي بالذكاء والتفكير الذي يتميز بالوضوح في عالم لا يوجد فيه شيء أسود أو أبيض بصفة قاطعة،⁴ و فيما يخص الشخصيات فإن المشهر إعتد على الأطفال في تبليغ خطابه في هذه الصورة، فقد وظف صورة الطفل للإضفاء نوع من الشعور الإيجابي إتجاه المنتج،⁵ و برغم من أن الومضة موجه إلى الوالدين وبالخصوص الأم، إلا أن الطفل هو الشخصية الأساسية في هذه الصورة فالطفل و الذي يمثل الصفاء والضحية التي تحتاج إلى الحماية والعطف،⁶ إذا إستخدم المشهر مثيرات متعلقة بعاطفة الوالدين إتجاه أطفالهم، ومحاولة إشباع هذه الرغبة من خلال إدخال الفرح والسرور عليهم، فقد رتب دونالد هوتشكس **donald - hotchkiss** الغرائز والدوافع عند

¹ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، 310.

² - أنواع الإضاءة في التصوير الفوتوغرافي متى وأين يستخدم كل نوع ؟ ، الموقع السابق .

³ - أمينة رقيق، المرجع السابق، ص 235.

⁴ - عبد النور بوصابة، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية ، المرجع السابق، ص 85.

⁵ - أمينة رقيق، المرجع السابق، ص 304.

⁶ - هشام عكوباش، المرجع السابق، 268.

إستعمالها في الصورة الإعلانية و حازت الغريزة الوالديه المرتبة الثانية.¹ تستمر نفس الأجزاء التركيبية لشريط الصوت.

ج- الرسالة الألسنية : تمثلت الرسالة في " وين نلقاه وين ين وين .. " والتي أدت وظيفة الترسيخ وذلك من خلال صورة الأسرة، وهي تحت المستهلك على إقتناء المنتج فحدد بذلك جملة من المعاني، و تثبيته في ذهن المتلقي و هذا ما أكدته الصورة .
اللقطة رقم : (15) .

أ-المستوى التعييني : تصنف هذه الصورة من الناحية الفنية في إطار الصورة التي تعتمد على أسلوب عرض صورة السلعة كاملة، فقد بدأ المشهر بإظهار علبة حليب من الخلف فيها صورة لعائلة تتكون من أب تحتضنه من الخلف ابنة، مع الأم يحتضنها الإبن من الخلف، ونظرهما موجه إلى البقرة وتبدو عليهم ملامح الفرح، ليتحرك المنتج بحركة دائرية ويتمركز في وسط الصور، وبعدها تأتي مجموعة من علب من نفس المنتج بأحجام مختلف من الجانبين، بحيث كان المنتج في علبة مستطيلة الشكل على خلفية أو أرضية زرقاء، كما نلاحظ أن الشعار وضع فوق العلبة التي ظهرت في كل الومضة، مع ظهور إسم العلامة في الجهة اليمنى للصورة ووجود مجموع من الرموز الأيقونية فوق العلبة، وهي إسم العلامة و تحته الشعار مع و ظهور شكل للحليب وهو يُسكب، وخلفه دلو فضي الخاص بحفظ الحليب و بقرة وسط خلفية من سهول خضراء، مع منزل بعيد خلفه جبال بيضاء، كما نلاحظ شكل دائري مكتوب فيه مجموعة من خصائص المنتج مقسم إلى مجموعة من الألوان. أما الدراسة التبوغرافية جاء الخطاب اللساني في الصورة وعلى علبة المنتج فقد تمثل في الشعار، الذي وضع بطريقة عمودية في الصورة و بلون ابيض بنبط عريض وكبير، أما في العلبة فظهر بطريقة مائلة بحجم نبط صغير، مع بروز إسم العلامة على يمين الصورة و العلبة والذي وضع بطريقة مائلة أعلى العلبة بلون الأحمر، وبتظليل أبيض بلغة الفرنسية بنبط عريض فوقه بلغة العربية، ولكن بنبط صغير يتوسط علبة الحليب وقد ظهر تحت خط مستقيم بلون أزرق، ومع

¹ - فايضة يخلف، الأسس النفسية والفنية للصورة الإعلانية ، المرجع السابق، ص 170، 171.

بروز بعض من معلومات في أسفل العلبة و خصائص المنتج على العلبة، و التي كتبت بطريقة عمودية. أما الدراسة الفوتوغرافية إعتد المصمم على اللقطة متغيرة بدأت بلقطة قريبة جدا وبعدها لقطة مقربة، بحركة كاميرا ثابتة و زاوية عادية على مستوى النظر، أما جدلية الضوء والظل فقد إعتد المصمم على الإضاءة الأمامية. دراسة الألوان تمثلت الألوان الموظفة ببروز ثلاث ألوان وهي الأزرق و الأصفر مع الأحمر، مع ظهور نسبي للون الأبيض يليه اللون الأخضر والفضي ، البرتقالي، البنفسجي. و فيما يخص شريط الصوت تمثل في بروز صوت رجالي يكرر إسم العلامة والشعار مع ظهور نفس الصوت الغنائي و الموسيقى بطريقة بطيئة.

ب -المستوى التضميني: تحمل هذه الصورة العديد من الدلالات، إن بروز صورة السلعة من غير إستعمالها من أجل تعريف المستهلك بقدم منتج جديد للسوق، التي يتبع في تحقيقها إخراج المنتج بلقطة كبيرة دون ديكور أو شخصيات.¹ من أجل جعل منظر السلعة تبدو مألوفة لدي المستهلك و بغرض لفت إنتباهه لها، إن إعتداد المصمم على تقنيات الغرافيك ساهم في خلق وهم بحركة المنتج وأعطى لمسة حيوية في لقطات سريعة. فقد إستهل هذه اللقطة بصورة خلفية للمنتج تتضمن صورة الأسرة و هذا حامل لعدة معاني من أهمها جذب الجمهور، و للدلالة على قيمة الأسرة والعلاقات بينهم والتي لها قيمة إجتماعية وثقافية ونفسية في كل المجتمعات، فإن تركيز المشهر على الأسر السعيدة من خلال إستعمال لغة الجسد من إحتضان و إبتسامة عريضة، هي صورة دلالية تحمل قيم السعادة والحنان، و بالتالي تعميق لفكرة المنتج ألا وهي السعادة والصحة التي يمنحها للأسرة من أجل إثارة عاطفته و حثه للإقبال على إقتناء المنتج ، كما إن إتجاه نظر الأسرة إلى البقر، يوحي بأن هذا المنتج طبيعي خالي من أي إضافات إصطناعية، و إن هذه العائلة تزكي هذا المنتج وتثق به، و من ثم يظهر المنتج بمختلف الأحجام وفي ذلك دلالة على توفر المنتج و يمكن لأي شخص اقتناءه

¹ - فائزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية، المرجع السابق، ص 208 .

كما يحيل شكل المستطيل للمنتج إلى التغيير و الإبداع و النمو.¹ أما الخلفية الزرقاء هو اللون الأكثر تفضيلا عالميا للجميع، وبالتالي الأكثر أمانا للإستخدام،² إن ظهور إسم العلامة في الصورة و في المنتج من أجل تدعيم مكانتها. و قد إعتد المصمم على مجموعة من الرموز الأيقونية في تغليف العلبة، من أجل إثراء و دعم مكانة المنتج و إثارة إنتباه المستهلك، فالخلفية الطبيعية مع البقرة و دلو الحليب وغيرها من العناصر أوحى بأن المنتج طبيعي، إن إعتداد شكل الدائرة لتحديد خصائص المنتج و مكوناته و إحياء بترابطها و تكاملها، و تشير إلى أن المنتج فريد من نوعه و آمن. تم الإعتداد على اللقطة المتغير و التي أعطت إنطباعا بتحريك نحو الهدف فقد كانت البداية بلقطة قريبة جدا، و التي تولد الإحساس بالتشويق لشراء هذه السلعة وتلبي رغبة الإستمتاع بجو عائلي مماثل،³ ثم لقطة مقربة بغرض إبراز تفاصيل المنتج. أما الإضاءة فقد إعتد المشهر على الإضاءة الأمامية أو ثلاث أرباع الصورة، و هي تضيء الأحجام أو خطوط معينة مركزة عليها قصد إعطاءه قيمة،⁴ فقد ساهمت في إبراز كل جوانب السلعة بكل ما تحمله من مزايا وخصائص وتقريبها لخلق نوع من الألفة بينها و بين المتلقي. أما تحليل الدراسة التبوغرافية فقد كتب الشعار بطريقة عبرت عن فكرة الومضة، و أوحى بشيء من خصائص ومميزات المنتج حيث أوحى بأهمية السلعة المقترحة. فقد إستخدم المصمم نبط عريض و بطريقة أفقية تعبر عن الراحة والإسترخاء، و توحى بالثبات و الهدوء.⁵ كما نلاحظ وجوده على علبة الحليب تحت إسم العلامة بطريقة مائلة تتوافق معها، بنبط صغير و بلون الأزرق الذي أوحى بالإخلاص والوفاء.⁶

¹ - سميرة سطوطاح، نورة عامر عبد القادر، المرجع السابق، ص 91 .

² - Kristine Harutyunyan ,op. cit , p 62 .

³ - سميرة سطوطاح، الإشهار والطفل، المرجع السابق، ص 308، 309.

⁴ - نور الدين كلخة، المرجع السابق، ص 101 .

⁵ - عبدة صبطي، نجيب بخوش، المرجع السابق، ص 54.

⁶ - توفيق عبد الرحمان توفيق جبريل، المرجع السابق، ص 103.

بالعود التي يقدمها المشهر للمستهلك وفي ذلك مبالغة من طرف المشهر تهدف إلى ربط السعادة بالإستهلاك، فالوعد بالسعادة le bonheur promises المرجعية الوحيد للمجتمع الذي يعاني من أزمت إجتماعية وسياسية وطبيعية لا يمكن حصرها،¹ كما أن الخط الأزرق فوق العلامة منح أحاسيس للمشاهد، و معاني عديدة منها معاني الراحة والثبات بإضافة إلى قيادة العين إلى مركز (الإنتباه) السيادة في الصورة،² ألا و هو إسم العلامة . إن إسم العلامة المكتوب باللغة العربية فوق الإنجليزية يوحي بأن المنتج موجه للمستهلك الجزائري برغم من كتابته بنبط صغير، و هذا ما يؤكد مسار القراءة الذي يبدأ من اليمين.

إن الجمع بين اللغة العربية و الإنجليزية راجع للخلفية اللغوية التي يتميز بها المجتمع الجزائري، فإذا عدنا للواقع اللغوي الجزائري نجد أن هناك لغات وليس لغة واحدة ولكل منها مكانة خاصة،³ اللغة الإنجليزية رسميا هي لغة أجنبية مثلها مثل الفرنسية، و لكن إجتماعيا تبقى لغة هامشية مقارنة بالفرنسية، و إن كانت لها مكانتها العالمية،⁴ فقد إعتد المشهر على اللوغو (العلامة) مكون من مجموعة حروف، كما نلاحظ وجود خطاب ألسني في أسفل العلبة يخص معلومات و خصائص المنتج جاءت بنبط صغير، و لكن واضح وبطريقة أفقية و مستقيمة للتأكيد على جودة المنتج. فيما يخص المدونة اللونية يوحي اللون الأزرق وقد إستخدمه المشهر ليعبر عن الراحة و الهدوء. أما اللون الأصفر يثير مشاعر المتعة و البهجة ويستخدم لتعزيز منتجات الأطفال،⁵ و قد ورد في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿ قَالُوا ادْعُ لَنَا

¹ - شعبان شاوش خليل، الصورة الاشهارية والرؤية الإيديولوجية - من التأمل الأيقوني إلى النقد الفلسفي والسوسيولوجي- ، المجلة العلمية، لجامع الجزائر 3، ع(09) ديسمبر، د.ت، متاح على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/34149> . 10: 45 - 2020 / 06 / 28.

² - عبيدة صبطي، نجيب بخوش، المرجع السابق، ص 55.

³ - خدودجة بن فطوم، إستراتيجيات الخطاب الإعلاني التلفزيوني لدى شركات الهاتف النقال في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص دراسة أدبية ولغوية، قسم اللغة و الآداب، معهد اللغة و الأدب العربي، المركز الجامعي أكلي محند أولحاج، البويرة، 2011 - 2012، ص 181.

⁴ - المرجع نفسه، ص 183.

⁵ - Kristine Harutyunyan ,op. cit,p 61.

رَبِّكَ يُبَيِّنُ لَنَا مَا لَوْنُهَا قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءُ فَاقِعٌ لَوْنُهَا تَسُرُّ النَّاظِرِينَ ﴿١﴾،¹ فاختيار اللون هنا يزيد البقرة جمالا ويبهج الناظر إليها،² فقد أُستخدم من أجل إثارة إنتباه المستهلك. أما اللون الأبيض الذي كان في لون الشعار والحليب وبعض الخطوط في الصور وظف لدلالة على معنى رمزي دائم للنقاء والشفافية،³ إسم العلامة كتب بلون أحمر وهو من الألوان الدافئة التي توحى بالنشاط و الإنتعاش،⁴ فالأحمر يجلب النص و الصورة إلى المقدمة يتم إستخدامه كلون في الخط لتحفيز الناس على إتخاذ قرارات سريعة.⁵ و البنفسجي هو لون الاعتدال، ينتج عن كميات متساوية بين اللونين الأحمر و الأزرق، و يعتبر هذا اللون رمزا و نفاذ البصيرة و العمل العاقل و التوازن بين الأرض و السماء،⁶ أما بقية الألوان فقد قمنا بتحليلها في اللقطات السابقة.

ج- الرسالة الألسنية : إن الرسالة الألسنية في هذه اللقطة تقوم بوظيفتي المناوبة والترسيخ، فنظرة الأسرة المباشرة للكاميرا مع وحركات اليدين مع تكرار إسم العلامة و الشعار و إعادة كتابته على الصورة، وترديده في شكل رسالة شفوية " حليب لوفلي بنين وين نلقاه وين و ين وين، حليب لوفلي صحة وسعادة.."، برهنة ظاهرة على إستماله المتلقي و دفعه للإستهلاك، فالمنتج موجود بقوة العرض الأيقوني و الألسني حيث ركز المشهر على إسم العلامة بدقة، و الذي من شأنه ترسيخ فكرة إيجابية عن هذا المنتج المعروض. كما تظهر وظيفة المناوبة من خلال تأكيد 100% التي لا تحتل الشك و باقي المعلومات عن المنتج في العلبة، لحث المستهلك على ضرورة إقتناء المنتج وتعويض النقص في الجانب التعبيري، و بأن المنتج ذو جودة عالية.

¹ - سورة البقرة، الآية (69).

² - كلود عبيدة، المرجع السابق، 114.

³ - Kristine Harutyunyan ,op. cit,p 60.

⁴ - كلود عبيدة ،المرجع السابق، ص 89.

⁵ - Kristine Harutyunyan,op. cit,p58.

⁶ - كلود عبيدة ، المرجع السابق ، ص 119 .

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة.

بعد تحليل الومضات الإشهارية على مستوى العناصر الفيلمية، و التمثيلات البصرية و السمعية، بالإعتماد على مقارنة رولان بارث تم التوصل إلى مجموعة من النتائج تم صيغتها على شكل عناصر تدرج تحت عنوان مناقشة نتائج تحليل الومضات الإشهارية.

1. نتائج المتعلقة بومضة حليب "Milkospry".

بعد تحليلنا للومضة المتمثلة، في حليب ميلكوسبراي التي تبث على قناة النهار TV، ومن خلال القراءة التعينية و التضمنية توصلنا إلى النتائج التالية:

1- تمثلت طبيعية الشخصيات التي قدمت المنتج، في شخصيات عادية شبابية بلباس عصري، مع توظيف شخصية مشهورة يوتيوبر تمثلت في شخصية البنت، حيث مثلت هذه الشخصيات نموذج الأسرة نووية، مع التركيز على الخصائص الفيزيائية للشخصيات المتمثلة في جمال البشرة الشعر اللباس ... إلخ.

3- القوالب الفنية المستخدمة لتقديم القيم الأسرية لومضة الإشهارية لحليب ميلكوسبراي تمثلت، في قالب الحديث المباشر، الذي يعتمد على وظيفة النداء لإقتناء المنتج، و الإعتماد على أسلوب الشهادة، لهذا تم توظيف شخصية مشهورة يوتيوبر و ممثلة جزائرية " أروى ميراوي" تمثلت في شخصية البنت التي قدمت المنتج مع الإستعانة المشهر بتقنية الجوائز التشجيعية، التي تمثلت في طومبولا ميلكوسبراي .

4- لم تساهم دلالات القيم الأسرية لومضة حليب ميلكوسبراي، في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج مع القيم الإجتماعية والثقافية للطفل، حيث أنها لم توظف الخصائص الإجتماعية و الثقافية للطفل الجزائري، إلا من ناحية إستخدام خاصية اللغة العامية و العربية التي تعبر عن المنظومة الجزائرية ، إذاً فهذه الومضة لم تجسد الصورة التي تعكس صورة الطفل الجزائري، من ناحية اللباس الديكور المنزلي والإكسسوارات، مما جعلها تبتعد عن تقاليد أصالة المجتمع الجزائري.

5- عكست ومضة حليب ميلكوسبراي القيم الأسرية الغربية، فهي تعمل على تدعيم ثقافة غربية خاصة فيما يتعلق بالجانب القيمي و نلمس ذلك من خلال توظيف جملة من القيم الإجتماعية، من بينها القيمة المادية و قيمة التميز الطبقي، القيمة الجمالية...، بالإضافة إلى مواكبة التطور و العصرنة من ناحية اللباس و تأثيث المنزل.

II. نتائج ومضة حليب dadilait :

بعد تحليلنا للومضة المتمثلة، في حليب داديلي التي تبث على قناة النهار TV، و من خلال القراءة التعينية و التضمنية توصلنا إلى النتائج التالية:

1- تمثلت طبيعة الشخصيات، التي قدمت المنتج في شخصيات عادية بلباس عصري بسيط، مع توظيف شخصية مشهورة تمثلت في شخصية الأم المغنية "ياسمين بلقاسم"، بالتركيز على الخصائص الفيزيائية المتمثلة في لون البشرة و الشعر و اللباس... إلخ.

2- القالب الفني المستخدم لتقديم القيم الأسرية، تمثل في قالب الفيديو كليب الذي يقوم على فكرة الإستعراض، في تقديم المنتج و الغرض منه تذكير المستهلك بالسلعة.

3- ساهمت دلالات القيم الأسرية لومضة حليب داديلي، إلى حد بعيد في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج مع الخصائص الإجتماعية و الثقافية للطفل، التي تتماشى مع المجتمع الجزائري، ذلك من خلال توظيف بعض الخصائص، التي تمثلت في اللغة العامية و العربية التي تعبر عن المنظومة الجزائرية، والتأثيث المنزلي البسيط الذي يعكس المستوى الإجتماعي للأسرى الجزائرية.

4- عكست ومضة حليب داديلي القيم الأسرية الغربية، التي لا تتماشى مع القيم الجزائرية منها القيم الإنجابية، قيمة المساواة، حتى وأن عكست بعض القيم الجزائرية، من بينها قيمة التفضيل، وقيمة العطف، والحنان، إلا أنها مثلت الأسرة الغربية بصفة كبيرة، ويظهر ذلك من خلال إظهار الأم المتحضرة، وهي تقوم ببعض الحركات الإستعراضية، حتى و إن تم توظيفها في صورة نمطية و المتمثلة في الإعتناء بالأطفال، إلا أنها لا تعكس صورة المرأة الجزائرية

المحافظة، والتي تتصف بالحياء، كما نلاحظ في هذه الومضة أنها لم توظف أي لباس يعبر عن الأصالة الجزائرية.

III. نتائج تحليل إشهار صومام "soumam":

بعد تحليلنا للومضة المتمثلة، في حليب صومام التي تبث على قناة سميرة tv، من خلال القراءة التعينية والتضمنية والألسنية، توصلنا إلى النتائج التالية:

1- إستطاع المشهر تقديم صورة الأسرة الممتدة " الجد و الجدة، والحفيدة " التي تسمح له بترويج المنتج تتماشى مع متطلبات العصر، فقد كيف هذا النموذج وفق التغيرات التي خضعت لها الأسرة الجزائرية، فهي شخصيات تحمل كل مقومات التطور ولم تقدم بشكل التقليدي الراسخ في المخيلة الجزائرية برغم من أنها أسرة ريفية، كما يتضح لنا من خلال الخصائص الفيزيائية من ملامح و لون شعر ...أنها شخصيات جزائرية من شمال الجزائر.

2- إعتد المشهر في تبليغ خطابه على قالب الحديث المباشر، الذي يعتمد على وظيفة النداء لإقتناء المنتج، حيث إعتد على سيناريو تنازلي، فهو لم يعرض وضعية إستهلاكية مباشرة، إنما عرض قصة معينة، و من ثم قام بعرض المنتج في اللقطة الأخيرة من الفيلم.

3- إستطاعت دلالات القيم الأسرية في إشهار صومام، أن تربط الخصائص الموضوعية للمنتج مع القيم الإجتماعية والثقافية للطفل، وذلك من خلال إستعانة المشهر بوضع مألوف و هي علاقة الأجداد بالأحفاد التي تحمل قيم أسرية جسدها كل من الجد وحفيدته، مع إستخدام المنتج بإعتباره منتج ذو طابع غذائي يومي و أساسي بالنسبة للطفل، هذا الربط سمح بنقل حمولة إيجابية إرتبطت بالمنتج. فقد إستطاع إستغلال التمثيلات الرمزية عن القيم، وذلك من خلال المزج بين اللغة العربية البسيطة والعامية إضافة إلى اللباس والطبقة، و الديكور العام الذي تتوع بين ما هو عصري و تقليدي، كلها عناصر قريبة من المكون الإجتماعي والثقافي للمجتمع الجزائري يستطيع الطفل التعرف عليها بسهولة.

4- إستطاع المشهر ترويج المنتج مع مراعاة إعادة إنتاج واقع القيم الحالي للأسرة الجزائرية، فهو لم يكتفي بتقديم خصائص المنتج فقط بطريقة جامدة بالنسبة للمستهلك الجزائري، بل

عكس التغيرات الحاصلة في الأسرة الجزائرية و القيم التي تتبناها، فقد عكست الومضة مجموعة من القيم الإيجابية، منها قيمة الإحسان بالنسبة للبت و قيمة العطاء وقيمة الحب .. وغيرها، فقد كان هناك مزج بين القيم التقليدية و الحديثة. إن إستخدام معاني الإنتماء و الدفاء الأسري وسحر الطبيعة، يدل على أن المشهر يخاطب الأسرة الجزائرية الجديدة " النووية "، و يبعث فيهم رغبة لتقوية صلة الراحم و التمسك بكل ما هو أصيل.

IV. نتائج تحليل إشهار لوفلي lovly:

بعد تحليلنا للومضة المتمثلة، في حليب صومام التي تبث على قناة البلاد tv، من خلال القراءة التعينية و التضمنية و الألسنية، توصلنا إلي النتائج التالية:

1- إتكاء المشهر في تبليغ خطابه على أسرة نوويتين، فقد تمثلت في ثلاث شخصيات شابة " الأب و الأم مع العمة "، مع " ثلاث ذكور و بنتين " وهي شخصيات تحمل كل المقومات العصرية ' من خلال الملابس، و الحركات ..'، و بملامح محلية متنوعة نابعة من الطبيعة الفيزيائية للمجتمع الجزائري.

2- القالب الفني المستخدم لتقديم القيم الأسرية، تمثل في قالب الفيديو كليب، الذي يقوم على فكرة الإستعراض في تقديم المنتج، والغرض منه تذكير المستهلك بالسلعة.

3- لم تساهم دلالات القيم الأسرية لومضة حليب لوفلي، في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج مع القيم الإجتماعية و الثقافية للطفل، برغم من إستعانتها بوضع مألوف وهو الأسرة و اللغة العامية، إلا أنها ركزت على التعريف بالسلعة و خصائصها كغذاء يومي أساسي، ولم تقم بنقل و تعميق إيجابي للقيم الأسرية. ولم تقم بنقل واقع الإجتماعي والثقافي للطفل الجزائري ، من ناحية اللباس الديكور المنزلي و الإكسسوارات، مما جعلها تبتعد عن القيم الإجتماعية و الثقافية للطفل و المجتمع الجزائري.

4- عكست ومضة حليب لوفلي القيم الأسرية الغربية، فقد عملت على تدعيم ثقافة غربية خاصة فيما يتعلق بالجانب القيمي، ونلمس ذلك من خلال توظيف جملة من القيم من بينها قيمة المادية ، قيمة التميز الطبقي، القيمة الجمالية..، و عكست أيضا مجموعة من القيم السلبية المنافية للحشمة والحياء وقيم الفردية والتباهي والتفاخر، بالتالي لم تجسد القيم الأسرية الإيجابية للمجتمع الجزائري الجزائرية التي إكتسبها من تاريخه و دينه الإسلامي .

خلاصة الفصل:

إعتماد مصممو الإشهارات التلفزيونية الجزائرية الموجهة للطفل، على تكثيف العناصر الإخراجية و الفنية والتي من شأنها لفت إنتباه الطفل وجذبه، و جعل المنتج مرتبط بقيم رمزية لها علاقة بالأسرة، و ذلك من خلال التركيز على الأسرة و التي هي محدد في الذاكرة الإجتماعية، والمألوفة لدى الطفل فقد وجدنا الأم و الأب والجدين والأبناء كل هذه الشخصيات يعرف الطفل من هي، و ما سيصدر منها. والتي وظفت لتكون مرتبطة بالمنتج و حاملة لقيم لها علاقة بالحياة اليومية للأسرة، و لكن المعلن يقوم بتقديم نماذج بعيدة عن أي شكل تعود عليه الطفل، فيظهر المعلن الأسرة في الأوضاع المثالية و بطريقة عصرية من شأنها تغيير موقف الطفل إتجاه الأسرة التي يعيش فيها و يجعله يعيش حالة من التغريب.

الختامة

الخاتمة :

في ختام هذه الدراسة المتعلقة بالقيم الأسرية و التي قامت بالبحث فيما تعرضه الإشهارات التلفزيونية الجزائرية الموجهة للطفل توصلنا إلى أن المعلن الجزائري يعتمد في الرسالة الإشهارية الموجه للطفل على ازدواجية الدلالة فهو لم يكتفي بتقديم معلومات موضوعية عن المنتج، و إنما قام بربطه بسياق قيمي أسرى، من خلال إعادة بناء العلاقات الأسرية بطريقة رمزية، و التي تؤثر بشكل أو بآخر على الطفل و تحفز فيه فطرة المحاكاة و التقليد، الأمر الذي جعلنا نعيد ترتيب هذه العلاقات والعناصر الرمزية داخل الصورة من أجل إستخراج المعنى، و ذلك من خلال المنهج السيميولوجي الذي مكننا من إستنتاج دلالات القيم الأسرية المتضمنة في الإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل، وقد إستنتجنا بأن المصمم أو المعلن الجزائري يعتمد على القيمة الجماعية و التي تتمثل في إجتماع الأسرة حول المائدة الإفطار، و المزوجة بين القيم التقليدية و القيم الجديدة للأسرة حيث تمثلت القيم التقليدية: في قيمة العطف والحنان، قيمة الرحمة، قيمة الرعاية الصحية، قيمة الأمن و الحماية، قيمة الإحسان، قيمة التفضيل، قيمة العطاء، قيمة الزيارات العائلية...إلخ، أما القيم الجديدة تمثلت في قيمة العلم، قيمة الحرية، القيمة المادية، قيمة الصداقة، قيمة الحوار، قيمة المساواة، القيمة الإنجابية...إلخ، برغم من تواجد هذه القيم إلا أنها قيم أسرية تشترك فيها كل الأسر في المجتمعات المختلفة، كما نجدها مشبعة بالقيم الإقتصادية من أهمها الإستهلاك والتميز الطبقي، و الفردانية والمادية .. إلخ، و المغلفة بقيم أسرية جزائرية التي تجسدت تجسيداً سطحياً، فجل ومضات عينة الدراسة مثلت حياة التحضر و العصرية أي قيم غربية، و لم توظف قيم الأسرة العربية الإسلامية التي تتميز بها الأسرة الجزائرية، بإستثناء ومضة حليب صومام التي مثلت الحياة الريفية الجزائرية، و عكست القيم المشتركة للأسرة الجزائرية منها قيمة الأسرة الممتدة، جانب الأصالة و الإنتماء والحفاظ على الموروث، تواصل الأجيال...إلخ. و بعد القيام بتحليل الومضات الإشهارية المختارة، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- تنوع في الشخصيات البارزة في الإشهارات، خاصة من الناحية الفيزيائية " السن و لون البشرة..."، حيث تم توظيف شخصيات شبابية بملامح جزائرية، في نمط الأسرة النووية و التركيز على سمة الجمال و الإهتمام بالمظهر العصري في إختيار الملابس وحركات...، إلا أن منتج صومام قدم الأسرة الممتدة تتكون من جد وجدة، و الحفيدة مع التركيز على البساطة و العفوية.

2- إعتداد المصممي الإشهارات التلفزيونية الموجه للطفل، على قالب الحديث المباشر وقالب الفيديو كليب. و ذلك راجع لما لهذين نوعين من تأثير على الطفل، وعلى الأسرة ككل. كما لاحظنا أن الإشهارات التي إعتمدت على قالب الحديث المباشر، تضمنت العديد من القيم الإيجابية للأسرة من بينها قيمة التعليم و قيمة الإحسان، وقيمة صلة الرحم، الرحمة، الوعي البيئي، قيمة التاريخ...، إلا أن قالب الفيديو كليب برغم من تضمنه العديد من القيم الإيجابية إلا أنه غلب عليه القيم السلبية، والدليل على ذلك التركيز كبير على المنتج وترويج القيم الإستهلاكية و الغربية و القيم الفردية، والقيم المنافية للحشمة...الخ، و هي كلها قيم سلبية.

3- لم تساهم دلالات القيم الأسرية، في ربط الخصائص الموضوعية بالقيم الإجتماعية و الثقافية للطفل الجزائري، في كل من الومضات الثلاث على خلاف ومضة صومام، على الرغم من أنها مثلت جزء صغير من القيم الإجتماعية و الثقافية الجزائرية، من خلال اللجوء إلى إستخدام اللغة العامية و العربية، مع توظيف عادة من عادات الأسرى الجزائرية و هي الإجتماع حول مائدة فطور الصباح، ولكنها في توظيفها للهوية البصرية إبتعدت كل البعد عن النمط المعيشي والمورث الثقافي للأسرى الجزائرية سواء من ناحية اللباس الديكور و بعض السلوكيات ..إلخ مما قد يجعل الطفل الجزائري لا يتعرف عن ذاته ، إلا أن مصمم ومضة " حليب صومام" عمل على توظيف بعض القيم الإجتماعية و الثقافية التي تعكس ذات الطفل الجزائري، حيث تظهر في علاقة الجد مع حفيدته، بالإضافة إلى توظيف بعض الرموز التي تعكس الهوية الجزائرية و المتمثلة في اللباس الذي ترتديه الجدة و الديكور المنزلي التقليدي و الحياة البسيطة، و حتى من خلال تسمية العلامة التجارية، فكل هذه العناصر تساعد الطفل

على إدراكها بسهولة، ومن هنا نستنتج أن هوية المنتج تفوقت عن الهوية الإجتماعية والثقافية للطفل الجزائري في الومضات الثلاث، بإستثناء ومضة حليب صومام .

4- عكست الومضات الإشهارية لكل من الومضات الثلاث بإستثناء ومضة صومام القيم الأسرية الغربية، وذلك من خلال توظيفها لبعض القيم الدخلية عن المجتمع الجزائري، مثل القيم الإنجابية، قيمة التميز الطبقي، قيمة المساواة بين الرجل والمرأة و القيمة الفردية، وقيم الإستهلاكية و القيم المادية...إلخ، برغم من توظيفها بعض القيم الأسرية الإيجابية إلا أنه غلب عليها نمط حياة غربي الحامل لقيم سلبية، في حين إستطاعت ومضة حليب صومام، إعادة إنتاج واقع القيم الأسرية الجزائرية، المتمثلة في قيمة العطف و الحنان، قيمة جمال الطبيعية، قيمة تواصل الأجيال، قيمة التاريخ...إلخ، حيث مثلت القيم الأسرية الجزائرية في نمط معيشي بسيط، خاصة الناحية اللباس والديكور.

5- إعتداد مصممي الومضات لنماذج مستوردة و المنتجة في مجتمعات أخرى بعيدة عن مجتمعنا دون إنتقاء من قبل المُشهرين. من شأنها إحداث آثار سلبية على الأطفال وتشوه إدراكهم للعالم الذي يحيط بهم. فإن إنتهاج هذا النمط الذي يظهر الأسرة النووية المثالية الخالية من المشاكل ، و المواكبة للتطور و العصرية، التي ظهرت في كل من ومضة دادلي و لوفلي و ملكوسبراي من شأنه زعزعة النظام القيمي للأسرة الجزائرية بل النظام القيم ككل للمجتمع الجزائري، حيث تضمنت قيم سلبية منها الفردانية قيم الإستهلاك وروح الشباب والمرح والقيم المنافية للحشمة و الحياء... و عدم الإهتمام بظهور الأسرة الممتدة إلا بشكل طفيف حيث مثلت ومضة صومام الأسرة الممتدة و في ذلك دعوة للأسرة النووية للحفاظ على الروابط الأسرية، و بالتالي الحفاظ على قيم الأسرة المميزة للمجتمع الجزائرية و نقلها للأجيال.

6- إستخدام مصممي الإشهار التلفزيوني الجزائري لمجموعة من التقنيات الإشهارية في تبليغ خطاباتهم، و منها الإعتداد على الطفل العارض في كل من ومضتي ملكوسبراي و صومام لأن الطفل يبحث دائما عما يشبهه، و كذلك إستخدام شخصيات مشهورة تتميز بتقديمها أغاني للأطفال مع الإهتمام بالعناصر السمعية البصرية كالموسيقى و الألوان و بعض

السلوكيات الدالة على الإعجاب ...، كلها عناصر لها دور كبير في جذب إنتباه الطفل والتأثير عليه.

7- توظيف اللغة العامية و اللغة العربية البسيطة في كل الإشهارات، و برغم من دورها في تقريب الحديث عن السلعة ليقتنع بها، فمن الممكن أن تخلق هوة بين الطفل و اللغة العربية الفصحى وبالتالي إنخفاض المستوى اللغوي المستوى الثقافي للمجتمع الجزائري.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر العربية:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: القواميس والمعاجم

- 1- آبادي الفيروز مجد الدين، قاموس المحيط، دار الحديث، م1، القاهرة، 2008.
- 2- الجرجاني الشريف، معجم التعريفات، دار القصة، د.ط، القاهرة، د.ت، 2008.
- 3- المنجد الأبجدي، دار المشرق، ط5، بيروت، 1987.

ثالثاً: الكتب

- 1- أبو قحف عبد السلام، هندسة الإعلان و العلاقات العامة، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، د.ط ، دم، 2001.
- 2- إقرأ جوديت فان، تر: عطية جميل عز الدين، التلفزيون ونمو الطفل، المجلس الأعلى للثقافة، ط 3، القاهرة، 2005.
- 3- أنجريس موريس، تر: صحراوي بوزيد، بوشرف كمال، سبعون سعيد، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات علمية)، دار القصة، ط2، الجزائر، 2004.
- 4- البكري عبد الرزاق أحمد، الأربعين النووية للإمام ابن زكرياء يحيى بن شرف النووي، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ، ط4 ، مصر ، 2007 .
- 5- الحديدي منى، الإعلان ؟ ، دار المصرية اللبنانية ، ط2، القاهرة، 2002.
- 6- الحفناوي محمد، الإعلان الصحفي ، دار العلم والإيمان، ط1، دم، 2014.
- 7- الدسوقي عاصم، سلامة علي محمد، الإنفتاح الإقتصادي وأثاره الإجتماعية على الأسرة ، دار الوفاء، ط1، القاهرة، 2003.
- 8- السيد محمد إسماعيل، الإعلان ، المكتب العربي الحديث، د.ط ، دم، 2014.
- 9- العيسوي عبد الرحمان ، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية ، دار الفكر الجامعي، د.ط، دم ، 1985.

- 10- الغذاري كاظم سعيد ، آداب الأسرة في الإسلام ، مركز الرسالة ، ط2 ، دم ، د.ت.
- 11- المشهداني سعيد سلمان ، مناهج البحث الإعلامي ، دار الكتاب الجامعي، ط1، الأردن، 2015 .
- 12- بركو مزوز، أطفال الشوارع القيم و أساليب التربية الوالدية ، دار جوانا، د . ط ، القاهرة، د.ت.
- 13- بن عيسى عنابي ، سلوك المستهلك - عوامل التأثير البيئية - ، ج(1)، ديوان المطبوعات الجامعية ، د. ط ، الجزائر، د. ت.
- 14- بن مرسلّي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010.
- 15- بوجادي خليفة، محاضرات في علم الدلالة مع نصوص وتطبيقات ، بيت الحكمة، ط2، الجزائر، 2012.
- 16- تشاندر دانيال، تر: وهبة طلال، أسس السيميائية ، المنظمة العربية للترجمة، د.ط ، بيروت، 2008.
- 17- حمداوي جميل ، مدخل إلى السيميوطيقا السردية ، د. ن ، ط1، دم، 2015.
- 18- سمارة عزيز ، النمر عصام ، الحسن هشام ، سيكولوجيا الطفولة ، دار الفكر ، ط3، الأردن، 1999 .
- 19- شعبان حنان ، تلقي الإشهار التلفزيوني ، مؤسسة كنوز الحكمة ، ط1، الجزائر، 2011.
- 20- صبطي عبدة ، بخوش نجيب ، الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2009.
- 21- عبد القادر السيد سلوى ، إبراهيم عباس محمد ، الأنثربولوجيا والقيم ، دار المعرفة الجامعية ، د. ط ، مصر، د.ت.

- 22- عبد الكافي عبد الفتاح إسماعيل ، القيم السياسية في الإسلام ، دن ، د.ط، د.م، د.ت.
- 23- عبد الله فتحي الظاهر ، على أحمد خضر المعماري ، أثر الفضائيات في القيم الاجتماعية و السياسية ، دار غيداء ، ط1، عمان، د.ت .
- 24- عبيدات إبراهيم محمد ، سلوك المستهلك مدخل إستراتيجي ، دار وائل، ط 4، الأردن، 2004
- 25- عبدة كلود ، الألوان (دورها ، تصنيفها ، مصادرها ، رمزياتها ، ودلالاتها)، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2013.
- 26- عكاشة جميل رائد ، عرفات زيتون منذر ، الأسرة المسلمة في ظل التغيرات المعاصرة ، دار الفتح للدراسات والنشر ، ط1 ، عمان ، 2015.
- 27- عمار عبد الرحمن ، الصورة و الرأي العام السلطة الخامسة، دراسة سيميولوجية، دار بغدادي، د.ط ، الجزائر د.ت.
- 28- غزال محمد إيناس ، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل :دراسة سوسيولوجية ، دار الجامعة الجديدة للنشر، د .ط، مصر ، 2001.
- 29- فيكتروف ديفيد فيكتروف ، تر : بنكراد سعيد ، الإشهار والصورة - صورة الإشهار - ، منشورات الاختلاف ، ط1 ، الجزائر، د.ت.
- 30- كاتولا بيرنار ، تر : بنكراد سعيد ، الإشهار والمجتمع ، دار الحوار، ط1، د. م، 2016.
- 31- كيرش ستفين جيه ، تر: مجدي عبد الرحمان ، عبد الرؤوف نيفين ، الإعلام والنشء تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو، مؤسسة هنداوي، د.ط ، د.م ، 2017.
- 32- مصطفى محمود نادية و آخرون ، القيم في الظاهرة الاجتماعية ، دار البشير للثقافة والعلوم ، ط1 ، مصر ، 2011 .

33- ميسنجر جوزيف ، تر : إبراهيم عبد الكريم محمد ، لغة الجسد النفسية، منشورات دار علاء الدين، ط1 ، سورية، 2007.

34- ناشف محمود هدى ، الأسرة وتربية الطفل ، دار المسيرة، د. ط ، عمان، 2007

35- نشواتي عبد المجيد ، علم النفس التربوي ، دار الفرقان ، ط 4 ، الأردن ، 2003.

36- يخلف فايزة ، سيمائيات الخطاب والصورة ، دار النهضة ، ط1، بيروت، 2012.

رابعاً: المجالات العلمية :

1- أعمارة محسن ، الإشهار التلفزيوني قراءة في المعنى و الدلالة، مجلة علامات، كلية الآداب، القنيطرة، المغرب، ع (18)، 2004. متاح على الرابط :

<http://saidbengrad.free.fr/al/n18/pdf18/11-18.pdf>

2- الخصي أحمد محمد ، سمارة أحمد نواف ، القيم البيئية من منظور الإسلامي ، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الإنسانية ، دم، مج (9) ، ع (2) 2009. متاح على الرابط : <http://zujournal.zu.edu.jo/images/stories/2011/2-2009/4.pdf> .

3- العبسي عبد الحافظ إسماعيل ، دلالة البناء القيمي في قوة وضعف الدراما التلفزيونية العربية، دراسة تحليلية مقارنة أنموذج مصر، سورية/ اليمن، الجزائر، مجلة الدولة للاتصال الإجتماعي، جامعة المستقبل، مج(04)، ع(19)، 2017. متاح على الرابط: <http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/9246>

4- العماري الطيب ، التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري إشكالية الهوية ، مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الإجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري ،جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، د.ت.

5- بريك الزهرة ، خصائص اللغة السمعية البصرية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الإتصالية، جامعة الجزائر3، مج (05)، ع(10)، جوان 2017. متاح على الرابط . <https://www.asjp.cerist.dz//>

- 6- بضيافة أمينة، آليات قراءة الصورة الإشهارية في مواقع شبكات التواصل الإجتماعية، المقاربة السيميولوجية لقراءة صورة موبليس الإشهارية في الفيسبوك و أثارها على المستهلكين، مجلة الخطاب و التواصل، جامعة الجزائر3، ديسمبر 2018. متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz>
- 7- بلحيدة فاطمة الزهراء ، حمداوي محمد ، القيم الأسرية بين الثبات والتغير:قيمتا الجماعية والشرف ، مجلة التدوين ، د.م ، مج (7) ، ع (15)، 30 جانفي 2020 .
- 8- بن الشيخ عبد القادر وآخرون، الإشهار والطفل: الرهانات والتحديات، سلسلة بحوث دراسات إذاعية، جامعة الدول العربية، ع (64)، تونس، 2008، ص 40 .
- 9- بن بعبوش عبد الكريم أحمد ، تحول العلاقات الأسرية في مجال الدور والسلطة دخل الأسرة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة باتنة، مج(1)، ع(09)، ديسمبر 2012.
- 10- بن عائشة حسين ، سيميائية الخطاب بين التقاطع والتناظر، مجلة الخطاب، جامعة مستغانم، الجزائر، مج(14)، ع(1)، 1 فيفري 2019.
- 11- بن عيسى أمال ، طبيعة القيم في الأسرة الجزائرية و علاقتها بقانون الأسرة الجزائري، مجلة المعيار، جامعة غرداية، مج (09)، ع(01)، د.ت. متاح على الرابط: <https://www.asjps.cerist.dz>
- 12- بن مكي فطومة ، الطفل والإشهار التلفزيوني - دراسة في الإدراك و الإتجاهات-، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الإتصالية، جامعة الجزائر 3، مج (3)، ع(6) ، د.ت .
- 13- بوصابة عبد النور ، مقاربة لترجمة دلالات الإشهار التلفزيوني-تحليل سيميولوجي لنموذج ومضة إشهارية-، مجلة الإشعاع، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، ع(08)، جوان 2017. متاح على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz>

- 14- تركي حسان ، تغير القيم الأسرية في المجتمع الجزائري المعاصر - دراسة تحليلية-، مجلة الرواق ، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية ، المركز الجامعي غليزان ، الجزائر، ع (9) ، سبتمبر 2017.
- 15- تنيو فاطمة الزهراء ، الإعلان التلفزيوني وتأثيره على سلوك الأطفال ، مجلة العلوم الإنسانية، د.م، عدد خاص ، 01 - 12 - 2015. متاح على الرابط : <http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/view/2186/2329>.
- 16- حمدي الفاتح محمد ، الإعلان التلفزيوني و أثره على البيئة الثقافية - دراسة تحليلية نقدية-،المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات ، د.م،ع(1)، أكتوبر، 2017.
- 17- دريس سفيان ، حدادو فطيمة ، قراءة سوسيولوجية لملاح تغير التنشئة الاجتماعية الأسرية في الجزائر، مجلة سوسيولوجيا الجزائر، جامعة الجزائر 02 ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة مج(3) ، ع(1) ، 18 ماي 2019.
- 18- دهليمي زينب ، التصدع التكنولوجي والأسري في التنشئة الجزائرية، مجلة أنثروبولوجية للأديان، جامعة ورقلة، ع(20) ، 2018.
- 19- سطوطاح سميرة ، دور وسائل الإعلام في تشكيل القيم التربوية داخل الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية لتأثير الإشهار على القيم - ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية ، جامعة فرحات عباس، سطيف، مج(8)، ع(6)، 5 ماي 2009.
- 20- سطوطاح سميرة ، نورة عامر عبد القادر ، التصميم الجرافيكي وتأثير القيم الاستهلاكية في الإشهار، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة باجي مختار، جامعة الملك خالد السعودية، مج (1)، ع(3)، ماي 2018. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82727>
- 21- سطوطاح سميرة ، بورقة سومية ، القيم في الإشهار التلفزيوني وتوجيه السلوك الاستهلاكي للأفراد - دراسة ميدانية تحليلية لعينة من الإشهارات القناة الأولى (الأرضية) - ، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عنابه ، الجزائر، مج(3) ، ع(1) ، 31 جانفي 2014.

- 22- شايب نبيل ، دلالات موسيقى الإشهار التلفزيوني: بين قيمة العلامة ودلالة المعنى، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة الوادي، ع(6)، أبريل 2014.
- 23- شعبان خليل شاوش ، الصورة الإشهارية والرؤية الإيديولوجية - من التأمل الأيقوني إلى النقد الفلسفي و السوسيولوجي - ، المجلة العلمية ، لجامعة الجزائر 3 ، ع(09) ديسمبر، د. ت.
- 24- طميلة فخرى إلهام ،العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل - دراسة ميدانية للطفل الأردني من سن 10 - 16 سنة - ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، مج(6)، ع(31)، أكتوبر 2013. متاح على الرابط : <http://search.shamaa.org/PDF/Articles/PSJaquours/30JaquoursNo31Vol2Y2013/2JaquoursNo31Vol2Y2013.pdf>
- 25- عبد الرحمان نجلاء ، بلاص وقيع الله ،العولمة و أثرها على التنشئة الاجتماعية، مجلة التعليم والعلوم الإنسانية، جامعة الجزيرة، د. م. ، مج (6) ، 30 أبريل 2018 . متاح على الرابط : http://www.ressjournal.com/Makaleler/1476309956_38-1pdf.pdf
- 26- عبد الله قاسم محمد ، ثقافة الصورة والثقافة المرئية لدى الأطفال (قضايا تربوية - نفسية حديثة)، مجلة الطفولة العربية، جامعة حلب ، سورية، ع 71 ، د.ت. متاح على الرابط : <http://jac-kw.org/images/947.pdf>.
- 27- عكوباش هشام ، الفضاء الإشعاري التلفزيوني وتمثيل الطفل رصد ونقد، مجلة آفاق للعلوم، جامعة الجلفة، مج (1)، ع (8)، جوان 2017.
- 28- علاوشيش أمال ، المرأة والطفل والإعلان ، دراسات في العلوم الاجتماعية ، جامعة الجزائر 2 ، مج (32) ، ع (2) ، 2 جويلية 2019.
- 29- عمار أحمد حسن ياسر ، إستراتيجية إبتكارية للظلال كقيمة فنية مستحدثة في الإعلان، مجلة العمارة و الفنون و العلوم الإنسانية، جامعة حلوان، د. ت. متاح على الرابط :

https://mjaf.journals.ekb.eg/article_21073_7580d59098cb51134b65da6ab838f7ad.pdf

30- عواج سامية ، التغيير القيمي في المجتمع من خلال الإعلانات التلفزيونية " قناة mbc " نموذجاً ، مجلة المعيار، جامعة فرحات عباس ، سطيف، مج(12)، ع(23) ، د.ت.
31- عواج سامية ، خطوات تحليل الفيلم الإشهاري - من أسلوب تحليل المضمون إلى التحليل السميولوجي ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع ، جامعة سطيف 2 ، الجزائر، ع(22) ، مارس 2017.

32- عواشرية السعيد، الأسرة الجزائرية إلى أين، مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية، جامعة سطيف، مج(6)، ع(12)، 2005.

33- فرحات نادية ، الأسرة الجزائرية بين القيم التقليدية وقيم الحداثة ، ملخص أطروحة دكتوراه ، (جامعة الجزائر) ، مجلة جيل حقوق الإنسان ، لبنان ، العام الخامس ، ع (35) نوفمبر 2018. متاح على الرابط : <https://jilrc.com/>

34- فلكاوي نجوى ، التنشئة الاجتماعية بين متطلبات الأصالة وتحديات العولمة في الأسرة الجزائرية ، Route educational & social journal ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، ع(5)، 14 ديسمبر 2018.

35- قجالي أمينة ، يسميشي و داد ، إعلام الطفل بين ضرورة الحماية الاجتماعية من خلال التربية الإعلامية وواقع الإهمال الأسري- قراءة نقدية لواقع إستخدامات إعلام الطفل داخل الأسرة العربية المعاصرة -، مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة صالح بوبندير، قسنطينة 3، الجزائر، ع (4)، أوت 2018 .

36- قدور عبد الله ثاني ، سيميائية الرسالة الإشهارية واستراتيجيات التواصل

إشهار Bledilait، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران 1، ع(22)، فيفري 2018.

37- كريكت عائشة ، الإعلان التلفزيوني وقيم الأسرة الجزائرية- دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات التلفزيونية على قناة الشروق TV-، مجلة الحوار الفكري، جامعة قسنطينة 3، مج(14)، ع(17)، 2019.

38- مخلوف ناجح ، عواج سامية ، حضور الأنساق الثقافية في الخطاب الإعلاني و تأثيرها على الهوية الثقافية للمتلقين ، مجلة تاريخ العلوم ، دم، ع (06) ، د.ت. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/109058>

39- مرعوش إكرام ، أثر الإعلانات الموجهة للأطفال على رغباتهم الاستهلاكية ، مجلة الإقتصاد الصناعي، جامعة باتنة، ع(05)، سبتمبر 2013.

40- مطاوع عبد الفتاح محمد حنان ، الألوان و دلالتها في الحضارة الإسلامية مع تطبيق نماذج من المخطوطات العربية ، مجلة الإتحاد العام للأثاريين العرب ، دم، ع 18 ، 2016 . متاح على الرابط :

https://jguuaa.journals.ekb.eg/article_4755_f48dd5d6a82a66d81c5bdb6dd55da565.pdf

41- مقدم عبد الحفيظ ، القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري - دراسة مسحية - ، مجلة حوليات ، جامعة الجزائر 1 ، ع (6)، د.ت . متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/42773>

42- مكرتار خيرة ، العربي بوعمامة ، التمثيلات الثقافية في الخطاب الإشهاري - إشهارات قناة النهار أنموذجا - ، مجلة جماليات، جامعة مستغانم، مج(3)، ع(3)، د.ت .

43- يخلف فايزة ، الأسس النفسية والفنية للصورة الإعلانية، المجلة الجزائرية للإتصال، مج(6)، ع(14)، معهد علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر 3، د.ت.

خامسا : المذكرات

1- بن سعدية مليكة ، القيم الدينية الإسلامية المبلغة في البرامج التلفزيونية لقنوات الأطفال - تحليل مضمون برنامج قناة "نون"، قناة تلفزيون "ج" أنموذجا-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، كلية الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2015.

2- بن مفتاح خيرة ، الفضائيات والصراع القيمي لدى الطفل - دراسة ميدانية على عينة من الأسر الريفية بمنطقة تيارت - ، أطروحة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، 2017 - 2018.

3- بوصابة عبد النور ، الأساليب الإقناعية للومضات الإشهارية التلفزيونية - دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الومضات الخاصة بمتعامل الهاتف النقال " نجمة" -، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر ، 2008.

4- تواتي عبد الفتاح ، تأثير التكنولوجيا على الروابط والعلاقات الاجتماعية و العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة الريفية - دراسة ميدانية بريف عين بلبال ، بلدية نمقن - ولاية أدرار-، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص الإتصال في التنظيمات، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

5- توفيق جبريل عبد الرحمان توفيق ، أثر اللون في الفراغات الداخلية على النشاط التسويقي للمراكز التجارية - حالة دراسة - ، الجامعة الإسلامية ، كلية الهندسة ، قسم الهندسة المعمارية ، بحث مقدم للحصول على درجة تخصص الماجستير في الهندسة المعمارية ، غزة- فلسطين. متاح على الرابط :

<https://iugspace.iugaza.edu.ps/handle/20.500.12358/19744?locale-attribute=en>

6- حليم نور الدين، أنماط الخطابات الإشهارية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة والأدب العربي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

- 7- حمريش سامية ، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري - دراسة ميدانية بمدينة باتنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الديني، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، قسم علم الاجتماع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.
- 8- حيرش بغداد ليلي أمال ، الطفل والتلفاز : الآثار الإيجابية والسلبية - دراسة ميدانية بمدينة وهران -، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الاجتماع ، جامعة وهران 2، 2014.
- 9- خدودجة بن فطوم ، استراتيجيات الخطاب الإعلاني التلفزيوني لدى شركات الهاتف النقال في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص دراسة أدبية ولغوية ، قسم اللغة و الآداب ، معهد اللغة و الأدب العربي ، المركز الجامعي أكلي محند أولحاج ، البويرة ، 2011 - 2012.
- 10- رقيق أمينة ، بلاغة الخطاب المكتوب دراسة لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في علوم اللسان العربي، كلية الآداب واللغات، قسم الآداب واللغات، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2013.
- 11- رماضنية سارة ، دلالات اللون في الديكور السينمائي - لفيلم التيتانيك أنموذجا-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في سينوغرافيا فنون، كلية الآداب واللغات والفنون، قسم الفنون، جامعة جيلالي لباس، سيدي بلعباس، 2018.
- 12- زعلان مليك، المرأة في الخطاب الإشهاري بين اللغة والصورة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في اللسانيات وتحليل الخطاب، معهد كلية الآداب والعلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة باجي مختار، عنابه، 2010.
- 13- سطوطاح سميرة ، الإشهار والطفل - دراسة تحليلية للأنماط الإتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الإستهلاكي للطفل-، رسالة دكتوراء، شعبة الاتصال والتنظيمات، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار - عنابه - ، الجزائر، 2009 - 2010.

14- السيد احمد إبراهيم السيد ، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية

للإنجاز - دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلاب الإندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية-، رسالة دكتوراء ، معهد البحوث والدراسات الآسيوية ، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة الزقازيق ، مصر ، 2005. متاح على الرابط

<https://www.manaraa.com/upload/f8297fbd-a6f3-4f95-93d2-31ff0900c0ed.pdf>

15- صابر لامية ، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية

للشباب - دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف - ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.

16- طبشوش نسيم، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2006.

17- طرابلسي أمينة ،إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال - دراسة وصفية تحليلية للإعلانات قناة " سبيس تون الفضائية " -، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.

18- عابي غنية ، الدلالات الاجتماعية في الأمثال الشعبية منطقة أولاد عدي لقبالة نمونجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الأدب العربي، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة والأدب العربي، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2015.

- 19- فالق سمية ، المثل الشعبي في منطقة الأوراس، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الأدب الشعبي، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية، جامعة محمد منتوري، قسنطينة، 2004.
- 20- فنور بسمة ، الرسالة الإشهارية في ظل العولمة - دراسة تحليلية للرسالة الإشهارية في الفضائيات العربية قناة الشرق الأوسط Mbc نموذجاً- ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإتصال والعلاقات العامة، كلية لعلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.
- 21- كلخة نور الدين، البعد التداولي في تلقي الصورة البصرية والثابتة - نموذجاً-، ماجستير مشروع اللسانيات العامة ،كلية الاداب واللغات والفنون، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران، 2012 _ 2013.
- 22- مركيش إبتسام، الدلالة الرمزية للأفلام السينمائية الجزائرية حول الهجرة غير الشرعية- تحليل سيميولوجي لفيلم حراقة للمخرج مرزاق علوش-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017.
- 23- هادف خديجة ليندة، دلالة العناصر السردية في الإشهار التلفزيوني- دراسة تحليلية سيميولوجية لومضات نجمة للهاتف النقال-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 2006.
- 24- هدا ج العيد ، تأثير العولمة على دور الأسرة في التنشئة الإجتماعية- دراسة ميدانية بمدينة سطيف-، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع التربية، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإجتماع، جامعة سطيف 02، 2013.
- 25- يخلف فايزة ، خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الإنفتاح الاقتصادي- دراسة تحليلية سيميولوجية لبنية الرسالة الإشهارية-، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم

الإعلام و الإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر، 200.

26- يخلف فايزة، دور الصورة في التوظيف الدلالي للرسالة الإعلانية - دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من إعلانات مجلة الثورة الإفريقية-، رسالة لنيل الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر ، 1996.

سادسا: المواقع الإلكترونية: مقالات ومحاضرات

1- <https://ar.wikipedia.org/wiki>

2- <https://read.opensooq.com/>

3- <https://www.layalina.com>

4- ألوان الملابس : كيف يعبر إختيار الألوان عن شخصية صاحبه ؟ . متاح على الرابط

<https://www.ts3a.com/>:

5- أنواع الإضاءة في التصوير الفوتوغرافي متى وأين يستخدم كل نوع ؟ . متاح على

الرابط: <https://www.magltk.com/light-photography-types/>

6- حسينة حسين ، القيم الأسرية بين دلالات الخطاب التكليفي والتحول الفكري -دراسة

تأصيلية -، جامعة علي لونيسي ،البليدة 2 ، ص 85 . متاح على الرابط :

<https://www.asjp.cerist.dz/>

7- زينب إبراهيم العربي ، علم الإجتماع العائلي ،قسم علم الإجتماع، كلية الآداب، جامعة

بنها ، ص 24 . متاح على الرابط :

<http://olc.bu.edu.eg/olc/images/fedu513.pdf> . 26 / 01 / 2020 - 00 :

10 .

8- سامي الريامي ، كائنات - حكايات ..البقرة ..خير وفير وعشق للموسيقى . متاح على

الرابط: <https://www.albayan.ae/>

- 9- عزيز عرباوي ، رولان بارث وسميائيات الصورة الإشهارية ، ص 66 . متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/>
- 10- فضل تربية البنات في السنة النبوية . متاح على الرابط : <https://www.islamweb.net/>
- 11- محمد الجويلي، دلالات اليد في الثقافة العربية تجسد تطور الوعي التاريخي . متاح على الرابط : <https://alarab.co.uk/>
- 12- محمد بوزيان شريفة ، الإشهار التلفزيوني والقيم الإجتماعية عند المرأة الجزائرية، ص 210. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/31317>
- 13- مختار رحاب، صورة المرأة من خلال الأمثال الشعبية. ص 48 . متاح على الرابط : <https://cahiers.crasc.dz/>
- 14- معنى البابونج في لغة الزهور. متاح على الرابط : <https://ar.public-welfare.com/4045984-the-value-of-chamomile-flower-in-feng-shui-and-in-the-language-of-flowers>
- 15- نجاة بوثلجة، شهناز زياد، إستخدام المنهج السميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة - الصورة الإعلامية الثابتة نموذجاً-، جامعة قسنطينة 3، ص 13. متاح على الرابط : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/17638>
- 16- الوجه الآخر للتصوير: تعرف على الزوايا الخمسة ودلالاتها. متاح على الرابط : <https://alkhaleejonline.net/> . 14 : 13 - 2020 / 06/20
- سابعا: الملتقيات
- 1- بويعلي وسيلة ، فرج الله صورية ، مدخلة في الملتقى الوطني الثاني: الصراع حول القيم الإجتماعية في الأسرة الجزائرية- دراسة إستطلاعية على عينة من المراهقين بثنائية محمد العربي بن مهدي بسكرة-، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 10/9 /أفريل/2013. متاح على الرابط: <archives<manifest.univ-ouargla.dz>.

- 2- دهيمي زينب، مدخلة في ملتقى وطني: التغير الاجتماعي داخل الأسرة الجزائرية - دراسة مقارنة بين الأسرة الممتدة التقليدية والأسرة النووية الحديثة-، مخبر جودة البرامج في التربية الخاصة والتعليم المكيف، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 15 / 16 / ماي.2016.

ثامنا: الهيئات والمنظمات المسؤولة

- 1- س. عبد الرحمان ، حسين عيدروس ، الإسلام والرفق بالحيوان مع إشارة خاصة لموضوع استخدام القسوة مع الحيوانات أثناء القتل والذبح ، دراسة تمت بتكليف من منظمة العاملة في الرفق ، د.م ، د ، ت. بالحيوان متاح على الرابط : <https://www.oie.int/>.

تاسعا: الصحف

- 1- مصمموا الأزياء 2020 يفضلون ألوانا زاهية على منصات العروض، صحيفة العرب ،السنة 42 ع 11962 ، الأحد 23 / 02 / 2020. متاح على الرابط : <https://alarab.co.uk/>.

II. المصادر والمراجع الأجنبية:

Journals:

- 1- Katke Kadambini, The Impact of television advertising on child health and family spending-A Case Study , international journal of Marketing Conference on Marketing & Society , IIMK ,Part IV – Advertising & Society , 8-10 April, 2007.available at the link :<https://www.researchgate.net/>
- 2- L Claver Sandra, Children as Consumers: Advertising and Marketing ,in The Future of Children, 18(1):205-34,March 2008.availableat the

link:https://www.researchgate.net/publication/49852129_Children_as_Consumers_Advertising_and_Marketing

3- Suriyachinnavar. K **Role of Parents, Guardians and Teachers in Value Education**. National Conference on "Value Education Through Teacher Education " ,College of Education, India ,Vol-1, Issue-2 2016 IJARIE-ISSN(O)-2395-4396 , .available at the link : <http://ijarie.com>

4- Tukamushaba Eddy and others ,**children sattudinal reactions TV advertisements the Africane**, International Journal of Market Research , 54 (4), 543-566 ,march 2012. available at the link :<https://www.researchgate.net>

Mémoires universitaires :

1- Daniel Lauranne , **enfants et publicites : les consequences des publicites télévisées sur les enfants**, licence professionnelle activites et techniques de communication , universitaire professionnalisé méthodes informatiques appliquées à la gestion des entreprises , 2008 -2009 . disponible sur le lien :www.u-picardie.fr

2- Fakhri Samia , Dghogh Nour Alhouda ,**strategies publicitaires : marche de l'enfants**, projet de fin d'étude ,Department Techniques de commercialisation & de communication ,université Mohamed v –agdl , Maroc ,2006 – 2007 .disponible sur le lien

:<https://www.memoireonline.com/05/07/440/strategies-publicitaires-marche-de-l-enfant-maroc.html>.

Rapports :

1- Lauson Jacinthe ,**La publicité destinée aux enfants :identifier la meilleure protection possible** , Rapport rédigé par Option consommateurs , Bureau de la consommation d'Industrik ,Canada, Avril 2008. Disponible sur le lien:<https://option-consommateurs.org/wp-content/uploads/2017/08/pratiques-commerciales-publicite-enfants-avril-2008.pdf>

Articles:

1- Kristine Harutyunyan ,Colour Terms in Advertisements, Linguistics Armenian Folia Anglistika , Linguistics ,Yerevan State University. availableat the link : <http://ysu.am/files/3-1512130492-.pdf>

2- **L' évolution de L'Enfant dans la publicité ?**.disponible sur le lien :<https://tpeenfantpub.wordpress.com/partie-1-2/>

Concours:

1- Charles Audrey , Benabadj Soukain , **Le marketing destiné aux enfants : entre profits économiques et atteintes psychologiques** ,Concours national Promotion de l'Ethique Professionnelle co-organisé par le Rotary et la Conférence des Grandes Ecoles ,KEDGE Business School – Campus de Bordeaux Lauréates nationales , 2015. disponible sur le lien: <https://concours.ethique.rotary-cge.org/>

الملاحق

الملاحق :

الملحق رقم (1) :

بطاقة فنية لقناة النهار TV

معلومات عامة حول قناة النهار TV	
إخبارية	النوع القناة
أنيس رحمانى	المدير
6 مارس 2012	تاريخ التأسيس
الجزائر	البلد
سعيد حمدين، بئر مراد رايس، الجزائر	المقر الرسمي
الموقع الرسمي لقناة النهار	الموقع الرسمي
ennaharjournal	صفحة الفيسبوك
Ennaharonlin	صفحة تويتر
نايل سات 12360 عمودي 27500	عبر الستايل
عرب سات 12303 أفقي 27500	
ياه سات 12130 أفقي 27500	

الملحق رقم (2):

بطاقة فنية للقناة سميرة TV:

معلومات عامة	
النوع	مخصصة للمرأة
المالك	سميرة بزاوية
المدير	سميرة بزاوية
تاريخ التأسيس	أوت 2013
البلد	الجزائر
المقر الرسمي	الجزائر العاصمة
عبر الساتل	12418 أفقي 27500

الملحق رقم (03):

بطاقة فنية: للقناة البلاد TV:

معلومات عامة	
تاريخ التأسيس	2014
تاريخ أول بث	19 مارس 2014
البلد	الجزائر
اللغة	العربية، الفرنسية
المقر الرسمي	الجزائر
النايل سات	Fec التردد: 4، 11254/3، H: 27500: Sr

فهرس الجداول

فهرس الجداول

- الجدول رقم (1): التقطيع التقني لومضة حليب ملكوسبراي 58
- الجدول رقم (2): التقطيع التقني لومضة حليب دادلي 84
- الجدول رقم (3): التقطيع التقني لومضة حليب صومام 100
- الجدول رقم (4): التقطيع التقني لومضة حليب لوفلي 127

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	شكر وعرافان
IV	ملخص الدراسة
	مقدمة عامة
ب	- التساؤلات الفرعية.
ج	- أسباب اختيار الموضوع.
د	- أهداف الدراسة.
د	- أهمية الدراسة.
د	- حدود الدراسة..
هـ	- الأطر المرجعية.
	الفصل الأول : الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة .
16	تمهيد
17	المبحث الأول : الأدبيات النظرية للدراسة .
17	المطلب الأول : القيم الأسرية .
24	المطلب الثاني : الإشهار التلفزيوني والطفل.
38	المطلب الثالث : علاقة الطفل بالقيم الأسرية في الإشارات التلفزيونية.
42	المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية للدراسة .
42	المطلب الأول : دراسة الإستراتيجيات العامة: سوق الأطفال، دراسة ميدانية.
44	المطلب الثاني : دراسة الإشهار والطفل دراسة تحليله للأنماط الاتصالية داخل الأسرة، من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي .
47	المطلب الثالث : دراسة الإعلان التلفزيوني وقيم الأسرة الجزائرية دراسة تحليلية لعينة من الإعلانات التلفزيونية لقناة الشروق TV.
49	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: التحليل السميولوجي للإشهارات التلفزيونية الموجهة للطفل الخاصة بمنتوج الحليب.	
51	تمهيد
52	المبحث الأول : طريقة وأدوات الدراسة.
52	المطلب الأول : مجتمع البحث وعينته.
57	المطلب الثاني : أدوات الدراسة.
57	المبحث الثاني : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة.
57	المطلب الأول : التحليل السميولوجي للدراسة.
148	المطلب الثاني : مناقشة نتائج الدراسة.
153	خلاصة الفصل
155	الخاتمة.
160	قائمة المصادر والمراجع.
179	الملاحق.
182	فهرس الجداول
184	فهرس المحتويات